

**Norsk populærmusikk i utlandet.**

**En musikkhistorisk oversikt, med vekt på a-ha.**



**Lars Martin Torp**

Masteroppgave

Institutt for musikkvitenskap

Universitetet i Oslo

Høsten 2006

## Forord

Det er en god følelse å skrive forord til en oppgave som er ferdig. Veien fram til en ferdig masteroppgave i musikkvitenskap har vært lang og svært lærerik. Både kunnskapen man tilegner seg om det temaet man har skrevet om, og måten å jobbe på, som jeg har tilegnet meg underveis, er gode ting å ta med seg videre.

Det er mange som skal ha takk for at det ferdige produktet er blitt som det har blitt. Først vil jeg takke min veileder, Odd Skårberg, for gode råd, god tid og solid faglig veiledning. Jeg vil også takke Ole Henrik Pettersen og Arnt Iacob Nordby for innspill og lesning av oppgaven. Jeg er også takknemlig for oppmuntring, motivasjon og korrekturlesning fra mine foreldre Leif og Elisabeth Torp. Takk. Til sist vil jeg rette en takk til min kjære, Kari Mette Kamperhaug Greaker for støtte, omsorg og hjelp med oppgaven.

Lars Martin Torp, Oslo, Høsten 2006.

# INNHOOLD

<b>Kapittel 1: Valg av emne og problemstilling</b>	s. 1
Introduksjon	s. 1
Kilder og kildebruk	s. 3
Viktige begreper	s. 4
Populærmusikk	s. 4
Jakten på ”det norske”	s. 6
Hva er norsk musikk?	s. 8
Jakten på suksess	s. 11
Singelen som medium for suksess	s. 13
Oversikt over verdens største platemarkeder	s. 14
 <b>Kapittel 2: Eksport av norsk musikk</b>	s. 16
Innledning	s. 16
Historisk oversikt over eksport av norsk musikk	s. 17
Før 1980	s. 17
1980-tallet	s. 22
Heavyband fra 1980-tallet	s. 24
1990-tallet	s. 26
1990-tallet, med vekt på kvinner i utlandet	s. 28
Black Metal	s. 30
Eurovision Song Contest	s. 31
Årsaker til norsk suksess	s. 32
Forholdet mellom populærmusikk og kulturpolitikk	s. 34
Kulturpolitikk rettet mot å spre norsk musikk i utlandet	s. 35
Eksport	s. 36
Ulike ledd i eksportkjeden	s. 37
Inntekter fra royalties	s. 40
Inntekter fra vareeksport	s. 40
 <b>Kapittel 3: 1980-tallet, a-ha og ”a-ha-effekten”</b>	s. 42
a-ha, internasjonale, men norske	s. 42
Historien om a-ha	s. 43
”a-ha-effekten” og dens svenske motpart	s. 47
 <b>Kapittel 4: Musikkvideoens utvikling         og nye trender i musikkbransjen på 1980-tallet</b>	s. 52
Innledning	s. 52
Musikkforholdene rundt 1980 og framveksten av MTV	s. 53

Musikkvideoens røtter	s. 57
Musikk på film	s. 58
Animasjonsfilm	s. 61
<b>Kapittel 5: "Take On Me" – analyse</b>	<b>s. 63</b>
Innledning	s. 63
Historien til "Take On Me"	s. 63
Musikkvideoene til "Take On Me"	s. 64
Animasjonen	s. 65
Første versjon	s. 66
Andre versjon	s. 68
Handlingen	s. 69
Forhold tekst, bilde og musikk	s. 71
De ulike versjonene – sammendrag	s. 74
<b>Kapittel 6: Avslutning</b>	<b>s. 77</b>
Litteratur	s. 79
Vedlegg 1	

# Kapittel 1: Valg av emne og problemstilling

”Det er typisk norsk å være god”

Gro Harlem Brundtland<sup>1</sup>

## Introduksjon

Rocken kom til Norge på slutten av 1950-tallet. Siden den gang har rock og beslektede musikalske uttrykksformer vært en viktig del av det norske musikklandskapet. I denne tidsperioden har det skjedd mange ting det er verdt å skrive om. Som et barn av MTV-generasjonen falt valget mitt på a-ha.<sup>2</sup> Videoen til sangen ”Take On Me” gjorde i sin tid stort inntrykk på meg, og jeg bestemte meg for å undersøke hva som var blitt skrevet om a-ha og deres musikk tidligere. Jeg fant ikke mye, og det jeg fant var hovedsakelig bøker som var rettet inn mot fansen, og således ikke skrevet med et akademisk tilsnitt. Dette styrket mitt ønske om at masteroppgaven skulle handle om dette bandet. Jeg ble også interessert i å utforske hvordan andre norske artister i årenes løp hadde markert seg i utlandet. Hvilke artister og band hadde forsøkt på det a-ha senere fikk til, og i hvilken grad har disse andre artistene markert seg? Videre vil jeg også undersøke om det har oppstått en ”a-ha-effekt” – har a-ha’s suksess påvirket norske musikkforhold, og da særlig i forbindelse med norsk musikk i utlandet?

Håkon Moslett, musikkseksjonssjef i NRK P3, har uttalt at ”det er først på midten av 1980-tallet at norsk rock begynte å bli en interessant scene”.<sup>3</sup> På midten av 1980-tallet så a-ha og de som blir kalt ”de fire store” i norsk rock dagens lys. Begrepet refererer til Dum Dum Boys, deLillos, Raga Rockers og Jokke og Valentinerne. a-ha skilte seg fra disse ved å være det eneste bandet som synger på engelsk, og ved å være det eneste av disse bandene som har opplevd stor suksess utenfor Norges grenser. Starter virkelig den norske populærmusikkhistorien rundt 1985, eller er det som skjer på midten av 1980-tallet et resultat av en lang utvikling med påvirkning både fra utenlandske artister og norsk musikk- og kulturliv?

---

<sup>1</sup> <http://www.nnkulturrad.no/nyheter/arkiv02/Pressestipend.html> [Lesedato 02.05.2006]

<sup>2</sup> Det er ulik praksis på hvordan bandnavnet a-ha skrives. Jeg har i denne oppgaven valgt å skrive navnet slike de gjør det selv, og slik det blir gjort i den offisielle biografien om dem *The Swing Of Things* (2004) av Jan Omdahl.

<sup>3</sup> <http://www.ballade.no/nmi.nsf/home/ballade?opendocument&url=http://www.ballade.no/nmi.nsf/doc/art2004120212342382881666> [Lesedato 02.05.2006]

2 omhandler også hvordan kulturpolitiske vurderinger i Norge har påvirket den norske pop- og rockscenen. Videre vil jeg kort gå inn på hvordan eksport av musikk fungerer, og hvilke ledd denne eksporten har. Kapittel 3 tar for seg historien om a-ha, og jeg vil drøfte om det er noe som kan kalles for en "a-ha effekt". Kapittel 4 ser på musikkforholdene ved starten av 1980-tallet, og gir et særlig blikk på hvordan musikkvideoen utviklet seg og MTVs rolle som musikkformidler. Kapittel 5 gir en analyse av musikkvideoen til a-ha's singel "Take On Me". Kapittel 6 oppsummerer oppgaven.

## Kilder og kildebruk

Det finnes få akademiske forsøk på å beskrive norske forhold innen populærmusikken. Noen av foregangspersonene var Even Ruud og Odd Are Berkaak som fulgte det norske rockebandet Sunwheels gjennom en periode på ca. ett år (1994). Det er også gjort et doktorgradsstudium ved Universitetet i Oslo som tar for seg norske musikkforhold ved slutten av 1950-tallet og inngangen til 1960-tallet, skrevet av Odd Skårberg (Skårberg 2003). Jan Eggum bør også nevnes da han er den første som har satt sammen et norsk pop- og rockleksikon (Eggum m.fl. 2005). Det er også skrevet noen mindre akademiske bøker så som *Norge i rock, beat og blues* del 1 og 2 av Willy B., skrevet i henholdsvis 1983 og 1984. Willy B. har også skrevet boka *I dovregubbens hall vol 1, en samling essays om norsk rock og rock i Norge*. Utover dette er det skrevet bøker av mer lokalhistorisk art, som tar for seg musikk i en bestemt del av landet til en bestemt tid. Et eksempel på dette er Harald Otterstads bok *Sarpe-pop – 1960-1970* (2003). Denne boken tar for seg musikkmiljøet i Sarpsborg på 1960-tallet. Etter Bobysocks sin suksess i Melodi Grand Prix skrev Geir Johnsen boken *Norge i Melodi Grand Prix* (1986). Det er også skrevet bøker om enkelt band og miljøer. Blant eksemplene her er Tor Egil Førlands bok om Club 7 fra 1998 og Jan Omdahls biografi om a-ha, *The Swing Of Things*, fra 2004.

Utover litteraturen som er skrevet om norsk populærmusikk, har dagsavisene og musikkbladene spilt en sentral rolle som formidlere av hva som rører seg innen dette feltet. De senere årene har internett utviklet seg til å bli en sentral formidler av nyheter. Der kan man finne informasjon om omtrent alt man leter etter.

I denne oppgave vil jeg trekke veksler på flere slike kilder, enten de er skrevet i aviser, bøker eller på internett. Når en bruker kilder fra internett må man være klar over hvem som har skrevet det og hvor det er skrevet. Ikke alle nettsider er seriøse, troverdige kilder, og det er

derfor viktig ikke å ta alt man leser for god fisk, og at man samstiller informasjonen med andre kilder. Jeg har i denne oppgaven forsøkt å være kritisk ved bruk av kilder fra nettet.

## Viktige begreper

I en masteroppgave blir det brukt mange begreper som av ulike personer blir tillagt ulik mening. I det følgende vil jeg presentere noen av begrepene som blir mye brukt i min oppgave, og som jeg føler det er behov for å avklare. De begrepene jeg vil gå inn på er ”populærmusikk”, ”det norske” og ”norsk musikk”. I tillegg til dette vil jeg også se litt på hvordan platebransjen har vokst frem, og hvordan den fungerer i dag.

## Populærmusikk

For å finne betydningen av hva populærmusikk er, vil jeg først se på hva på hva ordet 'populær' betyr. Ordet 'populær' har sine eldste røtter fra det latinske 'populus' som direkte oversatt betyr 'folk'. Vanlige forståelse av populær blir da et det er noe som er avholdt, folkekjært og godt likt av folk flest, eller eventuelt at det er noe som er vanlig eller utbredt.<sup>5</sup> Den britiske kulturforskeren Raymond Williams hevder at ordet 'populær' opp igjennom tidene har blitt brukt på tre måter. Den første betydningen er den som er avledet av selve ordet, nemlig at noe er godt likt av mange. Termen 'populær' er også blitt brukt med en negativ betydning, Williams finner første spor av dette i England i 1697. Da fikk termen undertoner ved at folket ble manipulert, eller at det folkelige var luret om man vil. Dette er også en idé man finner igjen av elitens kritikk av kulturindustrien. Videre kan man se på termen 'populær' ovenfra, og det som er populært blir da definert som noe med lav kvalitet. Hvis man tar England som eksempel finner man dette skillet igjen i blant annet pressesammenheng, der det er et skille mellom populære utgivelser og kvalitetsutgivelser (Gripsrud 2002:11). I Norge kan man finne et tilsvarende skille.

De mange negative assosiasjonene som ligger innbakt i termen 'populær', blir overført når man bruker termen på andre kulturområder, så som 'populærmusikk' og 'populærlitteratur'. Hva den enkelte oppfatter som populært, er ofte forankret i det subjektive, da det ofte dreier seg om individuell smak. Men samtidig er det viktig å understreke at meninger om hva som er

---

<sup>5</sup>[http://www.caplex.net/web/artikkel/artdetalj.asp?art\\_id=9328080](http://www.caplex.net/web/artikkel/artdetalj.asp?art_id=9328080) [Lesedato 07.05.2005]

populært også er betinget av sosiale og historiske forhold og mottakerens perspektiver. Musikkviteren Richard Middleton poengterer at meningene som blir lagt i ordet 'populærmusikk' kan forandre seg ut i fra hvilken kontekst det blir brukt i (Middleton 1990:3).

Begrepsparet populærmusikk ble først brukt av engelskmannen William Chappel i hans bok "Popular Music of the Olden Times" fra 1855, men kom i vanlig bruk først på 1930-tallet (Shuker 2001:5).

Musikkviteren Frans Birrer har lagt frem fire punkter for å forsøke å definere hva populærmusikk er. Disse punktene er: Normativ definisjon, negativ definisjon, sosiologisk definisjon og teknologisk-økonomisk definisjon. Med normativ definisjon mener han at populærmusikk er en underlegen kunstform. Den negative definisjonsmåten tar utgangspunkt i at populærmusikk blir definert ut fra hva den ikke er, for eksempel ikke kunstmusikk. Den sosiologiske definisjonsmodellen tar utgangspunkt i at populærmusikk er laget for et spesielt segment i samfunnet. Den teknologisk-økonomiske modellen tar utgangspunkt i at populærmusikken blir spredd via massemedia, til markedet for musikken. I sin bok *Studying Popular Music* gir musikkviteren Richard Middleton en kritikk av Birrers forsøk på å definere populærmusikk (Middleton 1990:4). Middleton hevder at ingen av disse måtene å definere populærmusikk på, er tilfredstilende, og at alle kategoriene er interessebundet. Som eksempel på dette vil den negative definisjonen få problemer med å sette grenser for hva som er populærmusikk. Roy Shuker definerer i sin bok *Understanding Popular Music*, populærmusikk som kommersiell, masseprodusert musikk for de store markeder (Shuker 2001:x), noe som langt på vei samsvarer med Birrers fjerde definisjon. Dette er en definisjon som favner om mye musikk som blir laget innenfor en pop/rock/hip-hop/R and B-kontekst. Denne definisjonen har visse mangler. Deler av den kunstmusikkarven vil av mange bli kalt populærmusikk, videre vil også New Wave og punkbølgen som oppstod på slutten av 70-tallet kunne bli oppfattet som populærmusikk, enda denne musikken ikke egentlig var rettet mot det kommersielle markedet, men mer oppstod som en reaksjon på det som var kommersielt.

I denne oppgaven forstår jeg populærmusikk som rytmisk musikk, og det er primært sjangerne pop, rock og beslektede sjangere av dem det refereres til når jeg bruker begrepet.



## Jakten på ”det norske”

Hva er norsk? ”Ja, det er, hvad passer os, det være fra Frankrige eller Hardanger”

Bjørnstjerne Bjørnson<sup>6</sup>

Er det vi oppfatter og tenker på som norsk bare en konstruksjon, satt sammen en eller annen gang i løpet av 1800-tallet, eller er det å være norsk noe mer enn dette, summen av alle ting i hverdagen som man mer eller mindre bevisst forholder seg til? Er det at nordmenn flest liker Pizza Grandiosa og Freia Melkesjokolade en like viktig del av oppfatningen av hva det vil si å være norsk som 17. mai, vikinger og folkeeventyr ført i pennen av Asbjørnsen og Moe?

Når man skal søke etter ”det norske”, er det viktig å være bevisst på sitt eget ståsted (Larsen 1993:13). Kan jeg som nordmann definere hva som er ”det norske”? Eller stiller jeg i søken på dette ”norske” med en forutbestemt mening om hva jeg leter etter? Er en som er fra et annet land eller verdensdel bedre til å svare på dette spørsmålet siden han kan se på ”det norske” utenfra?

1814 er beskrevet av Neumann som Norges ”annus mirabilis”, mirakelåret da Norge fikk sin egen grunnlov, og året da Norge løsrev seg fra unionen med Danmark (Neumann 2001:59). Allerede før 1814 hadde den norske eliten, ledet an av embetsmennene begynt å konstruere den norske identiteten. Sentralt i en prosess der det konstrueres en nasjonal identitet står allmuen, eller bøndene. Disse utgjør det historikeren Øystein Sørensen kaller ”et i kulturell forstand råmateriale” (Sørensen 2002:17). Elementer fra bondesamfunnet blir så i det enkelte land sammenvevd med ”mer eller mindre allment europeisk nasjonalistisk tankegods” (Sørensen 2002:17). Dette er fortellinger om hvordan de vesentlige elementene i et kulturelt fellskap skal være. Disse tankene får videre gjennomslag hos allmuen gjennom en nasjonaliseringsprosess der en av de viktigste faktorene er et godt utbygd skolevesen. For å få denne prosessen til å virke, er det viktig med en godt utbygd infrastruktur. De grunnleggende elementene i denne konstruksjonen er ifølge Sørensen et utvalg og bearbeiding av eksisterende elementer, men i ekstreme tilfeller kan det også være snakk om rene konstruksjoner eller fabrikasjoner.

Denne modellen kan fungere på norske forhold, men er litt for grovkornet til å fange opp alle elementene i den norske nasjonaliseringsprosessen (Sørensen 2002:17). Det er særlig

---

<sup>6</sup> Sitert i Sørensen (2001:37).

tre forhold som nyanserer dette bildet i Norge. Det første er forholdet mellom eliten og allmuen.<sup>7</sup> I Norge aksepterte ikke allmuen uten refleksjon alle idéene om ”det norske” som eliten presenterte. Dette kan skyldes den andre faktoren som er at den norske eliten var mindre elitær enn mange andre steder i Europa (Sørensen 2002:18). Det tredje forholdet er at den norske ”nasjonsbyggende eliten ikke var enhetlig” (Sørensen 2002:18). Dette betyr at det ikke var en enhetlig tanke om hva som var ”det norske”. Prosessen med å finne ”det norske” ble til under påvirkningen fra ulike aktører, og det er nettopp samspillet, eller motsetningene, mellom disse, som har skapt det vi kaller ”det norske” i dag.

Men hva er det så som identifiserer en nordmann? Hva gjør nordmannen norsk? Når man kaller seg nordmann gjør man det ved å henvise til en norsk identitet. Denne identiteten trenger man ikke ha et eksplisitt forhold til. Identiteten kan like gjerne være innskrevet i bevisstheten til de som føler seg som en del av gruppen gjennom deling av ”idéar, opplevingar eller erfaringar” (Burgess 2001:7). Identitet fungerer som en orienteringsramme for de som bruker den, og er et tilknytningspunkt i stadig endring (Ibid.). Selv om man har en norsk identitet utelukker ikke det andre identiteter som virker parallelt. Det er ikke noe problem å ha en norsk, en skandinavisk, en katolsk og en homoseksuell identitet samtidig. Burgess mener at det er en identitetsambivalens som er selve ”opphavet og den avgjerande krafta for denne identiteten” (Burgess 2001:8). Videre mener Burgess at det er samspillet mellom ”idé og røyndom” som gjør oss til det vi er. Den svenske professoren i etnologi, Jonas Frykman, skriver i boken *Forsvenskningen av Sverige* at hvordan man fremstiller den nasjonale identiteten også handler om hvordan man fremstiller seg selv. Man kan derfor si at den måten man gjennom sosialiseringssprosesser har lært seg at det er å være svensk er slik det er, uansett om det i realiteten er slik eller ikke (Ehn, Frykman, Löfgren 1993:131). Gjennom denne prosessen blir det som blir oppfattet som ”det svenske” enda mer svenskt i form av at det til stadighet blir gjentatt. Selv om Frykman i utgangspunktet skriver om svenske forhold er det uproblematisk og si at dette også kan gjelde norske forhold.

Søken etter en egen identitet er et fenomen av relativt ny dato og kan leses i sammenheng med framveksten av moderniteten på 1700-tallet (Burgess 2001:11). Tanken var også at nasjonens grenser burde sammenfalle både med de politiske grensene og de grensene som en nasjonalkultur har. Videre blir da tanken at kjærligheten til moderlandet blir hentet ut fra den nasjonale kulturen (Ehn, Frykman, Löfgren 1993:24-25). Orvar Löfgren hevder videre at det er vanlig at et land samler seg bak et skriftspråk (Ehn, Frykman, Löfgren 1993:24-25).

---

<sup>7</sup> Her defineres da allmuen som: ”Den delen av den norske befolkningen vi ikke vil definere inn i eliten” (Sørensen 2002:18).

Et annet viktig forhold når vi drøfter nasjonal identitet, er at det vi definerer som ”det norske” i utgangspunktet ikke trenger å stamme fra Norge. Det finnes mange eksempler på dette, ikke minst innen musikk som blir drøftet i neste del. For at noe skal bli en del av en norsk identitetspakke, må det som i utgangspunktet kommer fra utlandet, ha vært gjennom en prosess som gjør det til en integrert del av en nordmanns dagligliv. Som et eksempel er Pizza Grandiosa blitt en typisk norsk middagsrett, dette til tross for at pizza originalt stammer fra Italia og en helt annen matlagingsstradisjon enn den norske.<sup>8</sup> Gjennom flere år har pizza utviklet seg til å bli en naturlig del av nordmenns spisevaner, og man ser på Grandiosa som norsk mat på linje med andre matprodukter. I søken etter ”det norske” må da poenget bli at det ikke handler så mye om hvor et bestemt produkt eller tradisjon kommer ifra, men at ting med tiden blir forstått som en del av den norske ”folkesjelen” fordi det er blitt en vanlig del av nordmenns daglige liv og måten nordmenn oppfatter seg selv på. Og det er hva vi oppfatter som ”det norske” som blir ”det norske”, uavhengig om det i utgangspunktet er norsk eller ikke.

## Hva er norsk musikk?

”Vi skal bli et folk der har noe å fortelle verden”

Ernst Sars<sup>9</sup>

Den svenske musikkviteren Lars Lilliestam har i sin bok *Svensk Rock* (1998) diskutert hva man kan kalle svensk musikk ut fra fire ulike definisjoner. Disse definisjonene kan også brukes i et forsøk på å definere hva man kan kalle norsk musikk. De fire definisjonene er:<sup>10</sup>

1. Musikk som har en norsk opphavsmann eller blir sunget av en norsk artist.
2. Musikk som bare finnes eller lages i Norge.
3. Musikk som innenfor rammen av den norske kulturen tolkes eller forstås på en bestemt måte.

---

<sup>8</sup> Norge er faktisk det landet i verden som spiser flest frossenpizzar per innbygger. I 2004 ble det spist over 50.000.000 frossenpizzar i Norge. Dette tilsvarer et snitt på nesten syv pizzaer per person i året. Grandiosa er den mest solgte frossenpizzaen i Norge, derfor blir denne brukt som eksempel (Reienes 2005:3)

<sup>9</sup> Sitert i Seip (2002:15).

<sup>10</sup> I det følgende bruker jeg Lilliestam`s definisjoner, men der han snakker om svenske forhold tilpasser jeg dette til norske forhold. Egen oversettelse.

a-ha's første hitsingel, "Take On Me", gikk sin seiersgang på hitlistene verden over i 1985. Et par år tidligere, i 1981, ble tv-kanalen MTV lansert.<sup>4</sup> MTV, Music TeleVision, sendte musikkvideoer, og utover 1980-tallet skulle musikkvideoen vise seg å bli en av de viktigste kanalene for å "bli sett" av publikum. Det nye med denne kanalen var at man, i motsetning til radio, fikk se artisten og ikke bare høre musikken. Videoen som uttrykksform utviklet seg, og gjennom musikk formidlet på tv, ble det viktigere enn tidligere for artister å ha et image i tillegg til å skrive musikk som det platekjøpende publikumet ville like. Michael Jackson og Madonna er eksempler på artister som på 1980-tallet gjorde seg svært bemerket i dette mediet. a-ha's video til "Take On Me" var en påkostet produksjon som blandet animasjon og vanlige bilder. "Take On Me" fikk høy rotasjon på MTV, og ble også vist i sin helhet i Dagsrevyen på NRK, noe svært få artister har opplevd.

Radio fungerte fram til midten av 1980-tallet som den viktigste sprederen av ny musikk. Etter fremveksten av MTV, og programmer i andre tv-kanaler som spilte musikkvideoer, fikk tv en stadig viktigere rolle som formidler av ny musikk. I hvilken grad spilte dette inn på a-ha's suksess? I denne oppgaven vil jeg også drøfte hvorvidt det er andre ting med musikkvideoen til "Take On Me" som gjorde den populær.

a-ha har hatt en karriere som nå spenner over tyve år. De fikk sitt store gjennombrudd i 1985, og i 2005 gav de ut sitt foreløpig siste album *Analogue*. I en oppgave som denne kan man ikke drøfte alle aspekter ved dette bandet. Mitt hovedfokus vil være å diskutere hvordan de fikk sitt gjennombrudd, og å drøfte hvordan dette har påvirket andre norske band senere. Hvordan påvirker musikk den nasjonale selvfølelsen til "nordmenn", og på hvilke måter kan a-ha defineres som et norsk band? Hvilke kriterier må oppfylles for at noe skal beskrives som norsk, og hva er egentlig norsk musikk? Dette er spørsmål jeg vil forsøke å besvare i denne oppgaven.

Problemstillingen blir derfor:

**"Hva er a-ha's plass i den norske populærmusikkhistorien, og hvordan har de oppnådd den plassen de har?"**

Oppgaven vil bli inndelt på følgende måte: Dette kapittelet gir en oversikt over oppgaven og en drøfting av sentrale begreper. Kapittel 2 gir en fremstilling av hvordan norske artister har markert seg i utlandet fra slutten av 1950-tallet og frem til 2005. En del av kapittel

---

<sup>4</sup> <http://en.wikipedia.org/wiki/MTV> [Lesedato 05.10.2006]

4. Musikk som man av ideologiske grunner vil betrakte som norsk (Lillestam 1998:56).

I denne oppgaven vil jeg benytte meg av Lillestams første definisjon. a-ha er et norsk band i den forstand at både låtskriverne og artistene er norske. Ut fra en slik definisjon er det ikke viktig hvilket språk artisten bruker så lenge enten låtskriveren eller artisten kommer fra Norge. Alf Prøysen, D.D.E. og Dimmu Borgir er altså like norske, selv om de spiller på svært ulike musikalske strenger. Lillestam bringer også opp spørsmålet om det kan kalles for svensk musikk, norsk i denne sammenheng, når en norsk artist gjør en coverlåt av en utenlandsk artist (Lillestam 1998:57). Et eksempel på dette kan være når Idolvinneren Kurt Nilsen synger sangen "She`s So High" som originalt er skrevet av kanadieren Tal Bachman.<sup>11</sup> Nordmenn flest vil ikke forbinde denne låten med Bachman, men med Kurt Nilsen siden det er han som har gjort sangen kjent i Norge. Dermed blir også sangen oppfattet som norsk.

Tidlig på 1960-tallet nådde Shadowsfeberen Norge, og norske band begynte å ta etter denne formen å spille på. I 1962 ble den første norske plateinnspillingen som var inspirert av The Shadows utgitt. Det var plateprodusenten Kjell Karlsen som gav bandet Beatniks sjansen til å spille inn sangen "Flickorna i Småland". Dette var en kjent svensk melodi som ble spilt inn i Shadows-stil.<sup>12</sup> Senere skulle flere norske band spille inn kjente norske sanger i denne stilen. Blir det fortsatt riktig å kalle det for norsk musikk når utøver og låtskriver er norske, men musikken har klar påvirkning fra utlandet? Mange av dagens store norske artister verken synger på norsk eller spiller musikk som har utviklet seg i Norge. Likevel betrakter vi Morten Abel, a-ha og Briskeby som norske artister. Hvorfor er det slik?

En del av forklaringen er at disse artistene er norske statsborgere. En annen innfallsvinkel til dette spørsmålet er at dagens globaliserte samfunn er med på å viske ut landegrenser. Nasjongrenser er ikke like tydelige som de var tidligere. Lars Lillestam forsøker å forklare hvordan noe av det man oppfatter som "svensk" ikke trenger å være det. Det som skjer er at kulturelementer utenifra brukes i en svensk kontekst og inngår i en felles svenske forestillingsverden:

I "svensk kultur" kan alltså ingå inte bara exklusivt svenska symboler och referenser utan också sådana som har sitt ursprung i en annan kultur eller som finnas i kulturer. Även sådana delade referenser blir till "bekantingar" som svenskar "blixtnabbt refererar till" eftersom de ingår i "den gemensamma föreställingsvärden" (Lillestam 1998:49)

---

<sup>11</sup> <http://talbachman.com/bio.html> [Lesedato 15.03.2006]

<sup>12</sup> [http://www.nrk.no/programmer/tv/norsk\\_rocks\\_historie/4107712.html](http://www.nrk.no/programmer/tv/norsk_rocks_historie/4107712.html) [Lesedato 15.03.2006]

Lillestam snakker her om svenske forhold, men vi kan uten stort besvær overføre dette til norske forhold, fordi våre to land har så mange fellestrekk. Noen av de kanalene som blir brukt til å dele informasjon, og således gjør verden mindre, er radio, tv og internett.

Lilliestam gir uttrykk for at man skal være forsiktig med å definere en type musikk som eksklusivt svensk, eller norsk i denne sammenhengen. Musikalske stiler er lettere overflyttbare mellom nasjonale grenser enn språk. Vestlig populærmusikk bygger på mange av de samme prinsippene, ”diatonik, pentatonik och vissa harmoniska och rytmiske mønster” (Lillestam 1998:57). Videre mener Lillestam at dette musikalske grunnspråket påvirkes og nyanseres av ulike kulturelle krefter. Dette fører til at visse typer musikk kan tilføres til ulike kulturer, som for eksempel pop- og rockemusikk. En annen nyanse av dette vil være norsk rockemusikk. Forskjellene mellom norsk og amerikansk rock er ofte subtile og de kan ligge på ulike plan i musikken. Et eksempel på en egen variant av norsk rockemusikk er bandet Gåte. Gåte tok tak i den norske folkemusikken og hentet inspirasjon og instrumenter fra den norske folkemusikkarven inn i sin musikk. Dette resulterte i en blanding av en moderne type rock- og folkemusikk.<sup>13</sup> Folkemusikk blir sett på som en tradisjonell norsk musikkform, selv om det i visse tilfeller kan være vanskelig å gi klare skiller mellom hva som har et norsk og hva som har et utenlandsk opphav. Mats Johanson påpeker for eksempel hvordan det er vanskelig å skille mellom svensk og norsk opphav i deler av folkemusikktradisjonen.<sup>14</sup>

Forståelsen av hva som er norsk musikk forandrer seg over tid. Rock er mer akseptert som en del av norsk kultur i dag, enn den var ved inngangen til 1970-tallet. Grunnen til dette er at en musikk sjanger, som i utgangspunktet er importert, inngår i en tilvenningsprosess over tid. Noe kan oppleves som ”norsk” når en ”stil eller genere inkorporeras i kulturen och inte längre upplevs som främmand” (Lillestam 1998:58).

Med den tredje definisjonen viser Lillestam til musikk som forstås på en bestemt måte for svensker; ”gemensamma tolkningar och tänkesätt och symboler som ingår i kulturen, och vars betydelse är självklar för kulturens deltagare” (Lillestam 1998:59). ”Ja, vi elsker” forstås på en bestemt måte av de fleste nordmenn. Denne sangen vekker følelser i oss, og alle som er norske har et forhold til denne sangen bevisst eller ubevisst. Mye av populærmusikken som denne oppgaven skal omhandle har ikke denne dimensjonen i seg, og selv ikke de mest kjente

---

<sup>13</sup> Nå er det viktig å nevne at dette ikke er den første blandingen av rock og folkemusikk i Norge. Sommeren 1973, under Ragnarock festivalen i Holmenkollen i Oslo, spilte hardingfele-virotusen Sigbjørn Bernhoft Osa med det norsk rockebandet SAFT [http://www.nrk.no/programmer/tv/norsk\\_rocks\\_historie/4190422.html](http://www.nrk.no/programmer/tv/norsk_rocks_historie/4190422.html) [Lesedato 05.05.2006]

<sup>14</sup> Forelesning på *Musikk og identitet*, høsten 2005. IMV, UiO.

norske pop- og rockmelodiene vekker slike følelser eller assosiasjoner hos nordmenn. Et annet eksempel på en sang som forstås på en bestemt måte er julesangene.

Den fjerde definisjonen på hva som er norsk musikk har sin rot i at tanken om at ”lokal” eller ”nasjonal” musikk ofte er mer ”autentisk” eller ”ekte” enn andre former for musikk (Lillestad 1998:60). Som et resultat av dette nevner Lillestad et eksempel fra 1920-tallets Sverige. På 1920-tallet kom jazzmusikken for første gang til Sverige, og da ble den svenske folkemusikken brukt som et motangrep mot denne musikken (Lillestad 1988:60). Det tidligere nevnte eksempelet fra Norge, hvor norske musikere spiller inn tidligere norske slagere på en ”internasjonal” måte, viser hvordan den norske platebransjen ved starten av 1960-tallet oppfattet norske artister som mer ”ekte” og ”autentiske” enn internasjonale artister.

Denne oppgaven vil i hovedsak benytte den første definisjonen til Lillestad. a-ha`s musikk er gjenstand for denne oppgaven fordi den er skrevet og utført av norske artister.

## Jakten på suksess

For mange band og artister er den store drømmen å slå igjennom. Mange tror at det store gjennombruddet kommer hvis de klarer å få seg en platekontrakt, og dette er derfor ofte det mange drømmer om. Virkeligheten er ofte mer nyansert enn som så. I sin bok *The Recording Industry – Second Edition* (2004), tar Geoffery P. Hull utgangspunkt i en økonomisk modell som viser at det er tre inntektskilder innenfor platebransjen. Disse tre inntektskildene er;

generated through the utilization of a song, a particular recorded performance of that song, and a live performance of that song (Hull 2004:20).

I denne oppgaven ligger hovedvekten på artister og band, og av den grunn vil jeg ikke gå inn på hvordan denne modellen fanger opp inntekter for plateselskap, produsenter, management og andre aktører i musikkbransjen. Det er altså utøvere av musikken som er mitt fokus. Hulls modell viser at det er tre måter man kan tjene penger på som artist i musikkbransjen. Enten ved at noen bruker en sang du har skrevet, ved at du spiller inn sangen og får den utgitt, eller ved å spille sin musikk live

Hvordan man oppnår suksess er individuelt fra artist til artist og fra band til band. Det finnes ingen bestemt formel for hvordan man skal gå frem for å få suksess, men det er mulig å trekke frem noen momenter som er viktig.

- Gi ut innspillinger. Som artist eller band er den musikk du lager særdeles viktig. For at mange skal få høre musikken som bandet eller artisten lager er det viktig at dette er utgitt. Tidligere betydde dette at det måtte være en fysisk LP/MC/CD i butikken, mens det i dag kan være like viktig at musikken man lager er tilgjengelig på internett.
- Få musikken hørt. Det er viktig at mennesker har mulighet til å høre musikken. Dette kan skje ved hjelp av spilling av den aktuelle sangen på radio eller tv. At bandet eller artisten spiller sin musikk live faller også inn under dette punktet. Live-spilling når ikke et så bredt publikum pr. fremførelse som det radio og tv gjør. Radio og tv er derfor mer effektive kanaler for eksponering. Hvis ingen har hørt den aktuelle sangen er det heller ingen som vil kjøpe den.
- Presse. Pressedekning av artister og band er med på å gi oppmerksomhet. Økt oppmerksomhet fører til at flere kjenner til det aktuelle bandet eller artisten. Dette kan igjen speile seg i mulighet for å få en platekontrakt for ukjente band, og for kjente band kan dette føre til økt platesalg.
- Image. Ved å ha et image er det lettere å kjenne det aktuelle bandet eller artisten igjen fra mengden. Imaget trenger ikke nødvendigvis å være ekstremt, som for eksempel KISS sin bruk av ansiktssminke på 1970-tallet, men ved å ha et image bygger man opp en identitet som er gjenkjennelig.

Drømmen om den store suksessen starter med en god sang, men for å oppnå suksess er det mange faktorer som spiller inn, og det er ikke alltid de flinkeste artistene som får mest oppmerksomhet og de beste salgstallene.

Hva er så suksess? Suksess er at musikken til et band eller en artist blir kjøpt eller godt likt av mange mennesker. Denne oppgaven tar hovedsakelig for seg band og artister som har suksess i utlandet. En definisjon av suksess i utlandet vil da være: Musikken til et band eller en artist blir kjøpt eller godt likt av mange mennesker utenfor sitt hjemlands grenser.



## Singelen som medium for suksess

Det å kunne ta opp musikk og spille det av igjen, har sine røtter tilbake til 1877 da Thomas A. Edison laget Phonographen (Gronow og Saunio 1998:1). Det er riktignok lang vei fra denne oppfinnelsen og fram til dagens teknologi, men prinsippet er det samme. Det var mulig å kjøpe musikk som man senere kunne høre på selv. Singelen fikk sitt virkelige gjennombrudd etter at plateselskapet RCA i 1949 lanserte sin 7 tommer vinylplate som gikk rundt på 45 r.p.m. (Gronow og Saunio 1998:98). Denne oppfinnelsen var i sin tid en stor nyvinning, og forbedret lydkvaliteten på musikken betraktelig. På vinylsingelen var det en a- og en b-side. A-siden inneholdt som Roy Shuker sier det: "The recording considered most likely to receive radio airplay and chart action" (Shuker 2002:271), mens b-siden var "usually seen as a recording of less appeal" (Shuker 2002:271). Singlen er platebransjens dominerende markedsføringsverktøy (Shuker 2002:271). De fleste radiostasjoner velger som oftest kun å spille singelen. Som oftest blir det laget musikkvideoer av sanger som er utvalgt til å være singler. Det er derfor et viktig valg for plateselskapet hvilken sang som velges som singel. Som en indikator på hvor viktig singelsalget er for platebransjen er det interessant å se hvor mange prosent av den totale omsetningen av plater som singler står for.<sup>15</sup>

**Tabell 1: Statistikk over hva typer enheter som blir solgt i USA:**

FORMAT/ÅR	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Full lengde Cder	68,4	70,2	74,8	83,2	89,3	89,2	90,5	87,8	90,3	87
Full lengde kassetter	19,3	18,2	14,8	8	4,9	3,4	2,4	2,2	1,7	1,1
Singler (alle typer)	9,3	9,3	6,8	5,4	2,5	2,4	1,9	2,4	2,4	2,7
Musikk videoer og dvder	1	0,6	1	0,9	0,8	1,1	0,7	0,6	1	0,7
DVD Audio	NA	NA	NA	NA	NA	1,1	1,3	2,7	1,7	0,8
Digital Download	NA	NA	NA	NA	NA	0,2	0,5	1,3	0,9	5,7
SACD	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	0,5	0,8	1,2
Vinyl LP	0,6	0,7	0,7	0,5	0,5	0,6	0,7	0,5	0,9	0,7

Alle tall i statistikken er i prosent. NA står for Not Available, altså ikke tilgjengelig. Alle typer singler betyr CD-singler, kassett-singler og vinyl-singler.

Tabellen ovenfor, som tar for seg perioden mellom 1996 og 2005, viser hvilke ulike musikkprodukter som blir kjøpt av det platekjøpende publikumet, og hvordan dette prosentvis er oppdelt. Singelsalget har siden inngangen til år 2000, vært et sted mellom 2,9 % og 1,9 %, noe som betyr at singelen som rent salgsobjekt ikke har så store markedsandeler. Fra 1996 og

<sup>15</sup> Det har ikke vært mulig å finne tall på dette fra Norge, så tallene som blir brukt i det følgende er hentet fra RIAA – Recording Industry of America. <http://www.riaa.com/news/marketingdata/pdf/2005consumerprofile.pdf> [Lesedato 22.06.2006] Statistikken er basert på tall hentet fra deres nettside, men satt sammen av meg.

fram til år 2000 falt salget av singler med 6,8 %, men de senere år har salget igjen økt noe. Hva kan dette skyldes? Mye av grunnen til nedgangen ligger nok i at det de siste årene har blitt mer og mer vanlig å laste ned musikk fra internett. Dette forklarer ikke hvorfor singelsalget er så svakt ved inngangen til 2000, men det kan være med på å forklare tallene når vi ser at digital nedlastning står for 5,7 % av omsetningen i 2005. Dette kan muligens forklares med at det har blitt lettere å finne kilder til tallene for nedlasting og at det blir mer og mer vanlig å betale for å laste ned musikk fra internett enn det har vært tidligere.

## Oversikt over verdens største platemarkeder

Det finnes svært mange plateselskaper rundt i verden. Noen blir styrt av idealister som gir ut musikk de selv liker, mens andre selskap har som hovedmål å tjene penger på det de driver med. De største av disse selskapene er multinasjonale, og de største av disse blir kalt ”The Big Four” (Hull 2004:125). De fire store selskapene er Universal Music Group, Warner Music Group, Sony Music/BMG og EMI (Hull 2004:125-130). De store plateselskapene har flere underavdelinger som spesialiserer seg på ulike typer musikk. Selskapene som ikke opererer i så stor skala som disse selskapene, kalles for Indie selskaper. Indie er en forkortelse for Independent, altså uavhengige selskaper (Sandbø 1988:20). Når et plateselskap måler suksess, vil ambisjonsnivået være radikalt forskjellig for en av de fire store og for et Indie-selskap.

For å gi en pekepinn på hvor mange plater som årlig blir solgt og for å vise i hvilke land det blir omsatt mest musikk har jeg valgt å ta med deler av statistikk som er gjengitt i *An International History Of The Recording Industry* skrevet av Pekka Gronow og Ilpo Saunio (1998).<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> Statistikken er et utdrag fra denne boken, og deres tall er igjen hentet inn fra IFPI (Gronow og Saunio 1998:193).

**Tabell 2: Oversikt over Platesalg på verdensbasis, 1981 - 1995<sup>17</sup>**

Land	1981	1986	1991	1995
USA	593	618,3	794,9	1100,5
Storbritannia	170,2	197,7	198,8	266,9
Tyskland	202	176,1	226,1	252,8
Frankrike	149,3	111	137,2	149,5
Japan	202,5	177,6	281,5	416,6
Svergie	14,3	20,1	25,8	26,5
India	NA	8,0/	154	303
<b>Verdens total</b>	<b>2044,5</b>	<b>2290</b>	<b>2804</b>	<b>3349</b>

Ut fra denne oversikten var USA verdens største platemarked i 1995. USA skiller seg ut med å ha over dobbelt så stor omsetning av produkter som Japan, som i 1996 lå på ca. 416 millioner solgte enheter. I tillegg til disse to landene skiller India, Storbritannia og Tyskland seg ut fra resten ved alle å selge over 250 millioner enheter pr år. Et problem med denne statistikken er at den er over ti år gammel, og at den derfor antagelig ikke er representativ for situasjonen i dag. Men hvis man ser på tendensene i denne statistikken så er det de samme landene som er blant de 5 største platemarkedene i verden disse årene, selv om de bytter plass innbyrdes. Det er denne statistikken som ligger til grunn når det senere i oppgaven snakkes om størrelsen på et platemarked.

---

<sup>17</sup> Tallene som det blir operert med i denne statistikken referer til salg gjort av medlemmer av IFPI og gjelder kun lovlige produkter. I oversikten fra India markerer / at det er en forandring i hvordan man får hentet inn statistikk. NA står for Not Available, altså at det ikke finnes tilgjengelige tall fra dette landet i det aktuelle året. (Gronow og Saunio 1998:193). Alle tallene i statistikken er i millioner enheter. Utvalget viser hvilke land som er verdens største platemarkeder. Sverige er tatt med fordi det er det eneste skandinaviske landet hvor jeg har funnet en oversikt over antall solgte enheter.

## Kapittel 2: Eksport av norsk musikk

### Innledning

Spirene til dagens musikalske populærkultur kom til Norge i 1956, da musikkformen rock ble introdusert til det norske kinopublikumet med filmen *Rock Around the Clock*. Siden den gang har det skjedd store forandringer i hvordan man opplever musikk, og i hvordan musikken blir fremført. Rock som populærmusikk har utviklet seg fra å være en musikkform assosiert med ungdomsopprør til å bli allemannseie. The Rolling Stones og The Beatles blir i dag ikke lenger sett på som provoserende, noe de i høy grad ble da de kom på starten av 1960-tallet. I Norge har populærmusikkens utvikling stort sett fulgt mønstre fra utlandet, og særlig påvirkningen fra de engelskspråklige landene USA og Storbritannia, har vært markant. Dette er det flere grunner til, både ved at Norge har hatt tette kulturelle og sosiale bånd til disse landene og at det er i disse landene den mest toneangivende populærmusikken har kommet fra. Man kan likevel si at det har foregått en markant utvikling i populærmusikken i Norge. Populærkulturen har blitt profesjonalisert, og norske artister trenger ikke lenger å kopiere utenlandske artister for å oppnå suksess. Dette har ført til at norske artister i mye større grad har greid å finne et særegent uttrykk. Noe som igjen har ført til at Norge de siste 15 årene har vært et foregangsland innen musikksgangere som black metal og elektronika.

For å kunne leve av musikk trenger artister og band å nå ut til et publikum. Noen norske artister og band har i årenes løp forsøkt lykken utenfor landets grenser. Av disse er det kun et fåtall som har oppnådd stor suksess. Som et eksempel har kun 6 norske artister eller band vært inne på den offisielle hitlisten i USA, Billboard.

I kapittel 1 ble det drøftet hva som kan kalles for norsk musikk, og denne definisjonen danner utgangspunktet for den følgende oversikten over norsk musikk i utlandet. Jeg har bevisst valgt å konsentrere meg om pop og rock, med deres undersjangere. Fra Norge er det mange artister innenfor sjangrene jazz og klassisk som for eksempel Leif Ove Andesnes, Truls Mørk, Jan Garbarek og Terje Rypdal som har oppnådd stor suksess utenfor landets grenser. De har jeg definert ut av oppgaven da jeg mener at de ikke faller innenfor min definisjon av populærmusikk. Artister som har solgt mange plater i det norske markedet, men som i liten grad har eksportert sin musikk til utlandet blir heller ikke berørt. Dette gjelder band som Dum Dum Boys, deLillos og artister som Bjørn Eidsvåg og Morten Abel. Jeg har

derimot valgt å inkludere noen artister som har vært svært nære ved å oppnå en stor platekontrakt i utlandet.

Norges mestselgende band gjennom tidene, a-ha, blir ikke behandlet i dette kapitelet. Dette fordi jeg i kapittel 3 skal gå nøye inn på deres musikk, og gi en analyse av deres største hit, ”Take On Me”.

Jeg har valgt å starte oversikten over eksporten av norsk musikk på slutten av 1950-tallet. Dette valget begrunner jeg med at det er på det tidspunktet rocken fikk sitt inntog i det norske samfunnet. Derifra gir jeg en oversikt fram til 2005. Noen sjangere har fått sine egne underoverskrifter, deriblant black metal og Eurovision Song Contest. Etter gjennomgangen av norsk musikk i utlandet drøfter jeg grunner til norsk utenlands-suksess. Videre i kapitelet ser jeg på hvordan den norske kulturpolitikken har virket inn på populærmusikken. Deretter gir jeg en oversikt over de ulike leddene i eksport kjeden i forbindelse med populærmusikk.

## Historisk oversikt over eksport av norsk musikk

### Før 1980

På slutten av 1950-tallet og frem til starten av 1960-tallet kommer rocken hovedsakelig fra USA og England, og det blir således herfra nordmenn henter sin inspirasjon. Dette resulterte i at norske artister i denne tidsepoken tilnærmet seg sine utenlandske forbilder, mer enn de kom med noe genuint eget. Denne påvirkningen kunne man tydelig høre under Nordisk Mesterskap i Rock som ble avholdt på Jordal Amfi i Oslo årene 1958 og 1959. Her kom artister fra de ulike nordiske landene og konkurrerte om heder og ære. I 1959 vant nordmannen Ronald Stensby. Seieren her førte ikke til noen stor karriere i utlandet, men han var blant de første norske rockeartistene som dro på turné utenfor landets grenser (Skårberg 2003:9). Det første norske bandet som til en viss grad opplevde suksess i utlandet var bandet The Sunbeams. Etter å ha vunnet en talentkonkurranse i 1963, spilte de inn slageren ”I’ve got a lovely bunch of cocoanuts”. Denne singelen klatret til annen plass på det svenske platebarometeret ”Tio i Topp”, og i januar 1964 toppet de den danske ”Ti-Vi-Ka-Li”-hitlisten.<sup>18</sup> Suksessen med denne singelen førte til turnering og flere utgivelser i både Svergie og Danmark (Haugen 2006:195).

---

<sup>18</sup> [http://www.nrk.no/programmer/tv/norsk\\_rocks\\_historie/4130316.html](http://www.nrk.no/programmer/tv/norsk_rocks_historie/4130316.html) [Lesedato 07.02.2005] Litt avhengig av hvordan man velger å definere, kan The Sunbeams bli kalt et danseband, men jeg velger allikevel å ta de med siden de er blant pionerene hva gjelder suksess i utlandet.

Under store deler av 1960-tallet var platesalget i Norge relativt beskjedent. Det var derfor vanskelig for artistene å leve av musikken alene. Platemarkedene i Sverige og Tyskland ble derfor sett på som fristende satsningsområder (Breen 2006:36). En av de første norske artistene som sjarmerte ”søta bror” var Gynet Molvik. Hun hadde flere hitsingler og turnerte i de svenske folkeparkene tidlig på 1960-tallet. Molvik gjorde senere svenske av seg (Breen 2006:36-37).

Wenche Myhre ble den første kvinnelige artisten som opplevde stor suksess utover Norges grenser. I 1960 vant Myhre en talentkonkurranse, og hun ble rett i etterkant av dette tilbudt en platekontrakt med Arne Bendiksen. Hun fikk sin første store hit i 1962 med sangen ”Katta Vår” (Breen 2006:42). Myhres gjennombrudd kom samtidig med at tv-mediet for alvor fikk sitt gjennombrudd i Norge. I 1964 var hun med i den norske finalen i Melodi Grand Prix med sangen ”La meg være ung”. Der havnet hun på tredje plass. Arne Bendiksen ville lansere henne i Tyskland. Det hadde nemlig kommet Bendiksen for øre at svenske og danske artister hadde begynt å slå igjennom der, og han så at Myhre ville ha en sjanse på dette platemarkedet. Sangen Myhre hadde sunget i Grand Prix ble den største salgssuksessen noen norsk artist frem til da hadde hatt. Året etter ble den utgitt i Tyskland. Ved utgivelsen i Tyskland ble sangen oversatt til tysk og spilt inn på nytt (Eggum 2005:365). Dette var vanlig praksis på denne tiden. Det store gjennombruddet i Tyskland fikk Wenche Myhre i 1966, da hun vant den tyske slagerfestivalen med ”Beiss Nicht Gleich In Jeden Apfel”. Det samme året fikk hun også sin største salgssuksess i Tyskland ”Einsamer Boy” (Eggum 2005:365). Suksessen med disse singelplatene dannet grunnlaget for Myhres første tyske plate, *Wenche Myhre*, som ble utgitt i 1966. På denne platen var James Last arrangør. Myhre blir vurdert på denne måten i Norsk pop og rock Leksikon:

Den tyske karrieren er vanskelig å vurdere kunstnerisk med norske øyne, men har langt større dimensjoner og musikalsk bredde enn nordmenn flest aner (Eggum 2005:367).

Nordmenn flest er ikke klar over at Wenche Myhre har vært en superstjerne i Tyskland og store deler av Sentral- og Øst-Europa i over 40 år. I 2002 mottok Myhre Willy Brandt-prisen for sin innsats for Norge i Tyskland.<sup>19</sup>

I tillegg til suksessen i Tyskland, hadde Myhre flere hitsingler i Sverige. Myhre ble også utgitt i Japan (Eggum 2005:368).

---

<sup>19</sup> Den eneste norske musikkutøveren som har hatt internasjonal berømmelse over lengre tid er Kirsten Flagstad (Eggum 2005:367).

Kirsti Sparbo ble også tatt under vingene til Arne Bendiksen. I likhet med Wenche Myhre spilte hun inn slagerlåter, og var ved en rekke anledninger med i Grand Prix. Hun vant den norske finalen tre ganger, sist i 1968 (Eggum 2005:487). På grunn av Myhres suksess i Tyskland hadde Bendiksen også lyst til å lansere Sparboe der også. Sparboe fikk ikke en like langvarig karriere der som det Myhre gjorde, men hennes plate *En Student Fra Uppsala* solgte i 260 000 eksemplarer i Vest-Tyskland (Breen 2006:46).

The Pussycats blir gjerne beskrevet som Norges første popstjerner. Bandet hadde sine røtter i Tromsø, tilbake til året 1962. Bandet fikk sin endelige besetning i 1964 (Eggum 2005:425). Musikalsk sett plasserte bandet seg i en Shadowstradisjon.<sup>20</sup> I mangel på suksess i Norge dro de til Stockholm for å prøve lykken. Rundt nyttårstider i 1965 blir guttene husbandet på en brun pub i Gamla Stan, og her ble de et svært samspilt band. Her møter de også mannen som skal komme til å bli deres manager, Sten Ekroth. Ekroth tok bandet til seg og gav dem lønn for å spille på heltid. Sommeren 1965 oppnår bandet stor suksess i Norge med sin første singel ”Ebb Tide”. Bandet fikk æren av å varme opp for The Rolling Stones når de var i Norge for å spille samme år. Ekroth ordner det slik at The Pussycats også fikk være med som oppvarmingsband på resten av The Rolling Stones sin Skandinavia-turné (Olsen 1998:106). Denne turnéen var verdifull for The Pussycats på flere måter. Bandet fikk erfaring i å spille for et stort, ”hysterisk” publikum, og ikke minst lærte de hva det ville si å være rockestjerner av et av den tidens største rockeband. Deres første plate *Psst! Psst!* ble spilt inn i England og utgitt i 1966. Den solgte svært godt i Norge og ble også utgitt i Sverige og Danmark. The Pussycats andre plate *mrrr, mrrr* ble også utgitt i Tyskland, men der solgte den ikke videre godt. Dette gikk også utover den videre satsningen på bandet i Norge. I motsetning til de fleste samtidige norske band oppførte The Pussycats seg som om de var popstjerner. Dette gjorde at de også ble oppfattet som dette av mannen, og ikke minst jentene, i gata. Gjennom Ekroths dyktige merkevareskapning ble bandet en av de største gruppene i Norge på 1960-tallet, og var den gruppen som nådde lengst utover Norges grenser i denne perioden. Et annet element som også er viktig med The Pussycats, er at de skrev sine egne låter. På denne tiden var det ikke noe krav om at man måtte skrive egne låter for å bli plateartist. The Pussycats blir således bandet som beviser at god pop og rock kan skrives og fremføres av nordmenn. The Pussycats er blant de første norske bandene som blir utgitt i Japan, der singelen ”Just a Little Teardrop / Ebb Tide” blir utgitt i 1966 av Polydor (Haugen

---

<sup>20</sup> The Shadows var fra 1958 backingbandet til Cliff Richards. Bandet oppnådde etter hvert suksess også på egenhånd med sin særegne instrumentalmusikk der gitaren stod i sentrum.

2006: 143). The Pussycats har også flere likhetstrekk med a-ha. De drar til utlandet for å opparbeide seg en platekarriere, og image er et viktig element i begge bandenes fremtoning.

I 1964 oppstod bandet The Dandy Girls, Norges første jenteband. Bandet eksisterte fram til 1969. The Dandy Girls fikk ikke mye oppmerksomhet i samtiden, men oppnådde likevel mer enn de fleste andre norske band fra samme tid. På slutten av 1960-tallet blir de historiske da de blir det første bandet fra Norge til å dra på turné i Asia. Det er også verdt å nevne at bandet sa nei til å varme opp for The Rolling Stones i Tyskland. (Breen 2006:56).

Bandet Beatniks ble dannet i Oslo i 1961. Norsk pop- og rockleksikon beskriver bandets slik:

I sitt første tiår gjennomgikk gruppen en rivende utvikling fra å være et rent instrumentaltband à la The Shadows til å bli et progressivt rock-ensemble med nytt hjemland (Frankrike) og ny identitet (Titanic) (Eggum 2005: 44).

Beatniks skiftet besetning ved flere anledninger. I årene mellom 1967 og 1969 turnerte de rundt i Europa. Året 1969 dannet deler av det som hadde vært Beatniks et nytt band ved navn Norwegian Wood. Ikke lenge etter dette kom et nytt navnskifte, og det endelige navnet ble Titanic. Titanic fikk fast tilholdssted i Frankrike. Bandet regnes som norsk, men det er verdt å nevne at flere av medlemmene hadde England som sitt hjemland.<sup>21</sup> I Frankrike fikk Titanic kontrakt med CBS Records, og med singelen "Sing Fool Sing/Sultana" kom deres gjennombrudd. Det er verdt å merke seg er at det ikke ble a-siden på singelen "Sing Fool Sing" som ble en hit, men b-siden "Sultana". "Sultana" ble plukket opp av britiske dj'er, og ikke lenge etter ble singelen gjenutgitt, da med "Sultana" som a-side. Singelen gjorde det svært godt, og ble utgitt i over 25 land. "Sultana" var inspirert av den amerikanske gitaristen Santana, og ordspillet med hans navn førte til at Titanic aldri ble utgitt i Amerika. Bandet gjorde det bra over store deler av kontinentet og gav til sammen ut seks studioalbum. Til tross for å være et av bandene fra Norge med størst suksess i utlandet, spilte de aldri en eneste konsert i Norge.

Østfoldbandet Aunt Mary hadde sin storhetstid mellom 1969 og 1973, og de måtte også til utlandet for å bli popstjerner. Men der The Pussycats dro til Stockholm, og a-ha senere kom til å dra til London, dro Aunt Mary til København. Bandet gjorde seg bemerket

---

<sup>21</sup> Titanic bestod i 1969 av nordmennene Kjell Asperud, Janne Løseth, Truls Lorck, og Kjell Aas og engelskmannen Roy Robinson. I 1973 sluttet Kjell Aas og inn kom nordmannen Helge Grøslie, et tidligere medlem i Jupiter Green. Besteningen ble samtidig med dette utvidet og engelskmannen Eric "Arice" Siggs ble med. Siggs sluttet etter kort tid i bandet og ble erstattet av en annen engelskmann, John Williamson. Under den andre halvdel av 1970-tallet var det store utskiftelser i besetningen. Janne Løseth hadde tidligere vært medlem i The Pussycats (Eggum 2005: 427).



som et svært godt liveband, og ble utover på 1970-tallet mer og mer progressive i sitt uttrykk. Aunt Mary solgte godt med plater i Danmark, og bemerket seg også med å selge over 20.000 eksemplarer av singelen "Jimi, Janis and Brian" i Frankrike. Aunt Mary gav ut fem album, med noe varierende besetning. Flere av medlemmene som var med i Aunt Mary har senere vært viktige figurer i norsk musikkliv. Blant dem er Jan Groth, Bjørn "Krisa" Kristiansen og Svein Gundersen. Gundersen har etter tiden i Aunt Mary jobbet som bassist, låtskriver og produsent for en rekke norske artister. Blant disse er Sissel Kyrkjebø, D.D.E., Alex og Jørn Hoel. Gundersen er også ansvarlig for å bringe den moderne skarptrommelyden inn i norskeplateproduksjoner.<sup>22</sup> Bjørn Kristiansen spilte en tid i bandet New Jordal Swingers. Dette bandet gjorde ingen stor platekarriere i utlandet, men var på mange turnéer i Danmark.

Jahn Teigen er en viktig person innen norsk populærmusikk. Han er kjent for så vel null poeng i den internasjonale finalen av Grand Prix, som sin karriere som soloartist. Teigen har sin musikalske bakgrunn tilbake til 1960-tallet. Det første bandet Teigen gjorde suksess med, var bandet The Enemies. The Enemies fikk en del radiospilling i Norge og turnerte en del i Danmark. Her sluttet imidlertid Teigen i 1968, og ble kort tid senere med i bandet Lions of Judea som kom fra Israel. Det var mens han var medlem i dette bandet han kom i kontakt med noen av medlemmene i Armband Stumpe Dur Ekspress.<sup>23</sup> Dette bandet tok senere navnet Popul Vuh og gjorde stor suksess i Norge.<sup>24</sup> Bandet ble lagt merke til. Ryktet om at dette var et bra band nådde helt til Frank Zappa. Zappa ville signere bandet og utgi deres plater på sin egen label. Dette ville ikke deres daværende plateselskap, CBS, gå med på. Når Zappa så et potensial i dem, måtte det jo være penger å tjene på dette bandet. Det Popul Vuh sitt norske plateselskap ikke forstod var at hvis platen hadde blitt gitt ut av Zappa, hadde den fått mye oppmerksomhet og kredibilitet gratis. Dette var ikke CBS i stand til å gi Popul Vuh på samme måte. Dette er hovedgrunnen til at bandet ikke fikk sitt store gjennombrudd utenfor Norge. Det er verdt å nevne at Teigen i 1975 ble spurt om å prøvesynge for det Britiske bandet Genesis, men siden Popul Vuh så ut til å bli lansert over store deler av Europa, takket Teigen nei. Popul Vuh er også kjent som Popul Ace. I 1975 måtte bandet skifte navn fordi et tysk band hadde rettighetene til navnet Popul Vuh. Teigen forlot bandet i 1976.<sup>25</sup>

---

<sup>22</sup> Dette gjorde han med platene til Alex på slutten av 1970-tallet (Eggum 2005:216).

<sup>23</sup> Dette navnet var et ordspill på Wenche Myhres bror, Armand Myhre, som spilte trompet i bandet.

<sup>24</sup> Popul Vuh skiftet etter dette navn en gang til, på grunn av at et tysk band hadde rettighetene til dette navnet, navnet ble derfor skiftet til Popul Ace i 1975

[http://www.nrk.no/programmer/tv/norsk\\_rocks\\_historie/4220017.html](http://www.nrk.no/programmer/tv/norsk_rocks_historie/4220017.html) [Lesedato 23.02.2005]

<sup>25</sup> <http://www.jahnteigen.no/jahnT.html> [Lesedato 14.03.2005]

Bergensbandet Saft ble dannet ved årsskiftet 1969/1970, og var sterkt påvirket av den progressive rocken.<sup>26</sup> Bandet var også blant de første som sang på nynorsk. Debutplaten het Saft og ble utgitt i 1971. Singelen derifra, "All The Time", ble boikottet av BBC (Eggum 2005:455). Gruppen fikk sin største suksess med sangen "People In Motion". Denne sangen var Norges bidrag i *Europatoppen*. Sangen vant, og det ble en tid diskutert om det var mulig med en internasjonal lansering av bandet. Polydor, som var det aktuelle plateselskapet, valgte imidlertid å satse pengene på et annet band fra Nederland.<sup>27</sup>

Det progressive rockebandet Ruphus ble dannet i Oslo i 1970, og holdt det gående fram til 1981. Bandet fikk platekontrakt med Polydor i 1973. Gjennombruddet i utlandet kom med deres tredje plate *Let Your Light Shine*, fra 1975. Via en manager klarte Ruphus å få spillejobber i Vest-Tyskland våren 1976. Gruppen fikk god mottakelse og dro tilbake høsten samme år for å gjøre flere konserter. Gruppen oppnådde stor suksess i Europa, og var mer populære i Vest-Tyskland enn de var i Norge. Suksessen i Vest-Tyskland kom på grunn av at deres plateselskap, Drain, hadde gjort en grundig jobb med å promotere albumet *Let Your Light Shine*. Ruphus er blitt beskrevet som "et av flaggskipene innen norsk rock på 1970-tallet" (Eggum 2005: 447).

## 1980-tallet

Blant de første bandene til å prøve lykken i utlandet på 1980-tallet var The Monroes. I 1983 hadde The Monroes en kjempehit med sangen "Sunday People", og denne singelen solgte i over 130.000 eksemplarer i Norge. Denne suksessen ble lagt merke til ved den internasjonale avdelingen til plateselskapet EMI, som hadde rettighetene til The Monroes. The Monroes fikk internasjonal kontrakt, og deres neste plate skulle gis ut i 57 land. Det eneste andre skandinaviske bandet som hadde gjort noe som var i nærheten av noe slikt var ABBA. The Monroes hadde fått den beste platekontrakten et norsk band noen gang hadde fått. Oppfølgerplata fikk navnet *Face Another Day*, og denne platen, godt hjulpet av hiten

---

<sup>26</sup> Progressiv rock, ofte kalt prog rock, har sine røtter i England på midten og frem mot slutten av 1960-tallet. Roy Shuker mener at den progressive rocken er "a loose musical meta genre, closely related to, and often conflated with, alternative, independent, and art rock" (Shuker 2002:232). Kjennetegn på den progressive rocken er: Lange komposisjoner, bruk av uvanlige taktarter, nye måter å stemme instrumentene på, bruk av uvanlige skalaer og på en estetisk sammenkobling av musikken og kunst. Mange progressive rockeband laget konseptalbum, her dannet de ulike sangene en større helhet, og det ble fortalt en historie som utvikler seg i løpet av albumet. <http://www.progarchives.com/Progressive-rock.asp#definition> [Lesedato 16.10.2006]

<sup>27</sup> Dette ble bestemt med loddtrekking. Bandet som vant trekningen het Focus (Eggum 2005:255-256).

”Cheerio” solgte over 250.000 eksemplarer i Norge. Likevel lot den store suksessen i utlandet vente på seg. Sommeren 2005 ble ”Cheerio” reutgitt som ”Tsjeriâu” med artistene Ravi og DJ Løv, singelen toppet VG-lista og ble en av sommerens store landeplager.<sup>28</sup>

Bel Canto ble startet i Tromsø i 1986. Bandet bestod av Geir Jensen, Anneli Drecker og Nils Johansen. Drecker sang, Jensen drev med programmering og Johansen spilte hovedsakelig gitar. Musikken de skapte blir kalt for ”den arktiske sounden” og beskriver deres lydlandskap (Eggum 2005:46).<sup>29</sup> Bandet kalte selv sin musikk gitarbasert elektronika. Bel Canto siktet seg ikke inn mot det norske markedet fordi de mente markedet for deres musikk var for lite i her hjemme. De siktet seg derfor inn på kontinentet ved å sende ut demoer til plateselskap over store deler av Europa. For å følge opp disse utsendelsene dro bandet på interrail rundt i Europa og besøkte plateselskapene som de hadde sendt materialet sitt til. Bandet fikk napp hos det belgiske selskapet Crammed Discs. Bel Cantos første album *White-out Conditiones* fikk gode mottakelser i Spania, England og Frankrike. Bandet spilte også i Japan. *Shimmering Warm and Bright* ble utgitt i 1992, og med dette albumet fikk bandet sitt gjennombrudd i Norge. Platen solgte også godt i utlandet. I USA ble det solgt over 30.000 eksemplarer. Bel Canto har gitt ut syv plater, og har tilhengere over store deler av verden.

Sissel Kyrkjebø er en av Norges mest folkekjære artister. Sitt store gjennombrudd fikk hun da hun opptådte i pausen i Melodi Grand Prix i 1986. Hennes debutplate *Sissel* har solgt over 400.000 eksemplarer i Norge, og en delvis svenskspråklig utgave av den samme platen solgte godt i Sverige og Danmark. Hennes juleplate *Glade Jul* fra 1987 er tidenes mest solgte plate både i Norge og Danmark. Salgstallene på denne platen har passert over 1 million. Sissel har samarbeidet med artister som Neil Sedaka, Placido Domingo og Warren G. Hun har ved flere anledninger forsøkt seg på en platekarriere i USA, men aldri fått det store gjennombruddet. Sissel Kyrkjebø blir i Norge regnet som et nasjonalt ikon, og hun er en av de mest anvendte norske kunstnerne ved offisielle anledninger i utlandet (Eggum 2005:308-309).

I 1985 gav Fra Lippo Lippi ut platen *Songs* som ble lagt merke til i utlandet. Med oppfølgeren *Light and Shade* ble det derfor lagt opp til større internasjonal satsning. Platen ble spilt inn i California og med Steely Dans gitarist, Walter Becker, som produsent. Platen ble imidlertid ingen suksess. Manglende gjennomslag i Europa og USA ble oppveid av stor suksess på Filippinene hvor alle deres plater er blitt utgitt, og hvor de har vært høyt oppe på

---

<sup>28</sup> [http://lista.vg.no/artist\\_info.php?ArtistOp=show&artistId=4462](http://lista.vg.no/artist_info.php?ArtistOp=show&artistId=4462) [Lesedato 18.04.2006]

<sup>29</sup> ”Den arktiske sounden” blir i Norsk pop- og rockleksikon beskrevet slik: ”en musikk som prøvde å beskrive store, luftige landskap” (Eggum 2005: 46). Bel Canto kalte sin musikk for ”gitarbasert elektronika” (Eggum 2005: 46).

salgslistene.<sup>30</sup> De var også et populært liveband på Filippinene. På en konsert i Manilla i 1988, solgte de 66.000 konsertbilletter på to helger.<sup>31</sup>

I 1989 fikk bandet Avalanche en hit med sangen "Johnny Johnny Come Home". Denne solgte tett oppunder en million eksemplarer i Tyskland og Frankrike. Bandet hadde base i Hamburg, og det har siden den tid vært relativt stille rundt bandet. Bandet går inn i kategorien "one hit wonder".

1989 var også året da bandet Motorpsycho så dagens lys. Bandet har sine røtter fra Trondheim og har i årenes løp opparbeidet seg en trofast tilhengerskare i Norge så vel som i Europa. Dette har de klart ved hjelp av flittig turneering rundt i Europa, en stor produksjon av album, og mange turnéer over store deler av verden.

## Heavyband fra 1980 tallet

Robert Walser peker i sin bok *Running With the Devil* på at heavy metal nå beskriver en rekke ulike sjangere, sosiale praksiser og kulturelle meninger, som alle dreier rundt konsepter, bilder og opplevelser av makt (Walser 1993:2). Walser sier videre at den største fellesnevneren i denne sjangeren er bruken av power chords. Power chords er et grep på gitaren hvor man spiller tre toner, som oftest grunntone, ren kvint og grunntonens oktav, kvinten kan også byttes ut med en ren kvart. Denne akkord-typen blir som oftest spilt på en elektrisk gitar, gjennom en forsterker, og med såkalt vrenge- eller distortioneffekt. Power chorden virker enkel av natur, men det er den sofistikert teknologien, presis stemming og spilleteknikken som gjør at den låter så kraftfullt (Walser 1993:2). Bandet The Kinks er det første bandet som bruker power chords i en hitsingel. Singelen het "You Really Got Me" ble utgitt i 1964 (Walser 1993:9). Selve termen power chord spiller på heavy metalens maskuline sider.

Heavy metal som musikalsk uttrykk begynte å finne sin identitet på slutten av 1960-tallet, og kan ses på som en videreutvikling av softrocken (Walser 1993:3). Begrepet heavy metal ble først brukt av musikkjournalister, men har fra tidligere blitt ilagt andre, ikke-musikalske meninger. Walser mener at det i særlig grad er tre album som på 1970-tallet definerte heavy metalen. Disse albumene er *Led Zeppelin 2*, *Deep Purpel in Rock* og Black Sabbaths *Paranoid*. Utover 1970-tallet kom det flere band som blir forbundet med heavy

---

<sup>30</sup> Det har etter hvert utviklet seg til et eget fenomen at norske artister gjør det bra i Asia, norske band og artister som Thusday Girls, Solid Base og Trine Rein har solgt mange plater på dette markedet.

<sup>31</sup> <http://www.fralippolippi.com/history.htm> [Lesedato 08.04.2006]

metal, og blant de viktigste i den andre bølgen av heavy metal var Kiss, Judas Priest og AC/DC (Walser 1993:10).

Image har alltid vært en viktig bestanddel for artister og band. Gjennom et eget image er det lettere å skille seg ut fra andre stiler og sjangere og således få oppmerksomhet. Heavy-sjangeren har alltid brukt svært sterke virkemidler for å bli lagt merke til. Kiss brukte ansiktsmasker, Alice Cooper blandet inn teatraliske virkemidler i sine sceneshow, og på hans hjemmeside sier han at han ”virtually invented rock as theater”.<sup>32</sup> Det hadde vært vanlig å ha et show på scenen også før heavy metalens inntog, men disse bandene tok det et skritt lenger enn det hadde vært gjort tidligere.

Heavy metal er også kjent for å flørte med det okkulte, og man kan spore dette tilbake til band som Black Sabbath. Det å flørte med mørke krefter er ikke noe som ble innført av heavy metalen. Det har gått historier om at bluesgitaristen Robert Johnson solgte sin sjel til djevelen for å bli god til å spille gitar, og dette skjedde oppimot førti år før heavy metalen ble en egen sjanger. Det finnes også band som har blitt tillagt mer okkulte egenskaper enn det som i utgangspunktet var tenkt fra bandets egen side. Bandnavnet Kiss har av mange kristenkonserverne i USA vært hevdet å stå for Kids In Satans Service. I Norge har ulike samfunnsgrupper uttrykt sin skepsis mot band som flørter med det okkulte. Det mest markante uttrykk for dette kunne observeres under Quart Festivalen i 1999. Der ble Marilyn Mansons konsert møtt med bønnesamlinger fra Pinsemenigheten i Kristiansand for å få stoppet hans konsert.<sup>33</sup>

På 1980-tallet ble heavy metal mer stuerent enn tidligere, og sjangeren fikk sitt definitive gjennombrudd med Bon Jovi`s album *Slippery When Wet* (Walser 1993:13).

I løpet av 1980-tallet så en rekke norske heavyrockband sitt lys. Enkelte av dem, som Stage Dolls og TNT gjorde karriere også utenfor Norge. Disse to bandene har også det til felles at de begge kommer fra Trondheim. Stage Dolls ble dannet i 1982 med trommer, bass og gitar som besetning. Gitarrollen ble bekledd av Torstein Flakne som tidligere hadde spilt i The Kids. Flakne skulle også komme til å bli bandets vokalist. Stage Dolls bygde seg opp en fanskare gjennom å turnére land og strand rundt i Norge, og i desember 1984 dro de på en landsomfattende turné med TNT. På denne tiden ble heavyrock spilt lite på radio, så den eneste måten å få tilhørere på var å komme seg ditt publikum var. Stage Dolls sitt første album, *Soldiers Gun*, solgte cirka 20.000 eksemplarer i Norge. Med deres neste album, *Commados*, som ble innspilt i 1985, begynte de å få oppmerksomhet også i utlandet. Plata ble

---

<sup>32</sup> <http://www.alicecooper.com/bio.html> [Lesedato 11.05.2006]

<sup>33</sup> <http://www.dagbladet.no/kultur/1999/07/01/169766.html> [Lesedato 11.05.2006]

utgitt i USA, og noen av sangene fra denne plata ble mye spilt på Amerikansk college-radio. Med deres tredje album, *Stage Dolls*, fikk de reist rundt hele Europa og deler av USA. Singelen "Love Cries" fra dette albumet gikk helt opp til 46 plass på Billboard Singels Chart<sup>34</sup>. Stage Dolls spiller fortsatt, men de har aldri klart å gjøre det like bra i utlandet igjen.

TNT ble, som Stage Dolls, dannet i 1982. På deres første album *TNT*, fra 1983, sang de på norsk, mens oppfølgeren *Knights Of The New Thunder*, fra 1984, markerte overgangen til en engelsk språkdrakt. Med dette albumet begynte de å få oppmerksomhet i utlandet, mye på grunn av gitaristen Ronni Le Tekrø.<sup>35</sup> Det virkelig store gjennombruddet for bandet kom med deres tredje plate *Tell No Tales*. Plata lå en god stund på Billboards Hot 100-liste (Eggum 2005:528). Bandet er fremdeles aktivt, dog med noen utskiftninger i besetningen.

## 1990-tallet

Turboneger spiller det de selv kaller for death-punk, dette vil si iørefallende melodier, ofte med et noe obskønt tekstinnhold, spilt med punkholdning og med typisk rock/punk-preget lydbilde. Bandet så dagens lys i Oslo i 1989 og har hatt en noe varierende besetning opp igjennom årene. Pr. i dag er de sentrale medlemmene Thomas "Happy Tom" Seltzer, Hans Erik "Hank von Helvete" Dysvik og Knut "Euroboy" Schreiner. Bandet har turnert over store deler av verden og er beryktet for sitt utagerende liveshow. Bandet tok en pause i 1999 på grunn av Dysviks narkotikaproblemer, men gjorde comeback i 2002.<sup>36</sup> På reunionkonserten under Quart-festivalen sommeren 2002 hadde det kommet Turbojugend fra store deler av verden, blant annet Brasil, USA, Finland og Tyskland.<sup>37</sup> Bandets rykte hadde vokst i årene de hadde vært borte, og for mange hadde de omtrent fått legendestatus. Bandet har siden comebacket gjennomført flere turnéer og utgitt to plater, *Scandinavian Lether* og *Party Animals*. Mye av bandets suksess bunner i deres tydelige image. Blant annet stiller de alltid i denimklær, noe som også kommer til uttrykk ved at de er sponset av Levis.

---

<sup>34</sup> <http://www.stagedolls.com/> [Lesedato 08.04.2006]

<sup>35</sup> Ronnie Le Tekrø vakte oppsikt på grunn av sine ferdigheter som gitarist.

<sup>36</sup> "The ResErection" TV-Rockumentary fra DVD-en *Turbonegro The ResErection* (DR-4445)

<sup>37</sup> Turbojugend er navnet på Turbonegers fanklubb, denne fanklubben har 1634 underavdelinger ifølge deres egen nettside, et tall som må sies å være imponerende. [http://www.turbojugend.net/pg/local.php?k\\_id=4](http://www.turbojugend.net/pg/local.php?k_id=4) [Lesedato 12.02.2006]

Et av de store norske rockebandene på 1990-tallet var Seigmen. Den første smaken av suksess fikk de med en coverversjon av deLillos "Hjernen Er Alene" i 1994.<sup>38</sup> Det store gjennombruddet kom med deres andre album, *Metropolis*, som ble utgitt i 1995. *Metropolis* solgte over 50.000 eksemplarer i Norge og toppet VG-lista.<sup>39</sup> Denne platen kom også i en engelskspråklig utgave, beregnet på det utenlandske markedet. Platen fikk da navnet *The Grandmaster Recordings*. Seigmen var på denne tiden ikke et etablert band utenfor Norge. Mye av bandets suksess baserte seg på de enkle, norske tekstene til bassist Kim Ljung. Hvordan ville det fungere å oversette og skrive disse tekstene på nytt? Seigmen hadde først tenkt til å bare spille inn en engelskspråklig utgave av *Metropolis*, men det ikke plateselskapet med på, noe som resulterte i at det ble to utgaver av denne platen. Platen fikk ikke stor internasjonal oppmerksomhet, men bandet trivdes med å spille musikk som ble sunget på engelsk. Som et resultat av dette ble oppfølgeren til *Metropolis*, *Radiowaves* laget kun med engelsk tekst. Dette fikk de plateselskapets velsignelse til å gjøre.<sup>40</sup>

1997 ble Seigmen historiske da de ble det første rockebandet som fikk Kassettavgiftsfondets stipend for utenlandslansering. Stipendet var på 750.000 kroner, og ble brukt til å gjennomføre to utenlandsturneer. De turnerte blant annet med kjente band som Paradise Lost og The Gathering.<sup>41</sup> Det store internasjonale gjennombruddet lot imidlertid vente på seg. Dette i kombinasjon med at en av gitaristene ville legge karrieren på hyllen førte til at bandet la opp.<sup>42</sup> Deler av besetningen fra Seigmen har fortsatt å spille sammen under navnet Zeromancer, og de har hatt en viss suksess i blant annet Tyskland, hvor deres industrielle musikkform er populær. Seigmen la vinteren 2006 ut på en gjenforeningsturné med utsolgte konserter i Oslo, Bergen og Stavanger.

De senere årene har det kommet flere elektronikaband som har vært med på å sette Norge på det internasjonale musikk-kartet. De mest kjente av disse er Røyksopp og Jaga Jazzist. Jaga Jazzist ble startet i Tønsberg i 1994. Bandet har siden den tid gitt ut to plater og fått hederlig omtale i engelsk musikkpresse. Bandet har også spilt flere konserter i Europa, og

---

<sup>38</sup> *Hjernen Er Alene* nådde 5 plass på VG-lista uke 37 i 1994. Singelen var til sammen 6 uker på VG-lista [http://lista.vg.no/album\\_info.php?AlbumOp=show&albumId=1629&albumtype=song&albumtype\\_id=](http://lista.vg.no/album_info.php?AlbumOp=show&albumId=1629&albumtype=song&albumtype_id=) [Lesedato 11.02.2006] *Hjernen Er Alene* ble aldri utgitt som singel av deLillos, men er et spor på albumet av sammen navn som ble utgitt i 1989.

<sup>39</sup> <http://www.sonymusic.no/seigmen/bio.html> [Lesedato 27.02.2005]. *Metropolis* lå totalt 20 uker på VG-lista, og debuterte på plass nummer en [http://lista.vg.no/album\\_info.php?AlbumOp=show&albumId=4327&albumtype=album&albumtype\\_id=1](http://lista.vg.no/album_info.php?AlbumOp=show&albumId=4327&albumtype=album&albumtype_id=1) [Lesedato 11.02.2006]

<sup>40</sup> DVD: Seigmen: *Fra x til døden* (2 disc deluxe edition) WMA-5051011-540820

<sup>41</sup> DVD: Seigmen: *Fra x til døden* (2 disc deluxe edition) WMA-5051011-540820

<sup>42</sup> [http://www.nrk.no/programmer/tv/norsk\\_rocks\\_historie/4340373.html](http://www.nrk.no/programmer/tv/norsk_rocks_historie/4340373.html) [Lesedato 27.02.2005]



de har gjort seg bemerket med sin timanns besetning.<sup>43</sup> Røyksopps plate *Melodi A.M.* har solgt godt i utlandet, og bandet har spilt konserter rundt hele verden. Begge disse bandene er eksempler på at norske artister klarer å lage musikk som har et salgspotensiale i utlandet.

Både Røyksopp og Jaga Jazzist går ikke i opptredte stier, men følger sin egen overbevisning. Skal man klare seg som band i dag er det altså ikke nok å være kopister, men man må ha sitt eget uttrykk.

Kaizers Orchestra står i en særstilling hva det gjelder lansering i utlandet. Musikken de spiller er en blanding av ”skranglete rock, nyveiv, skamusikk og østeuropeisk ompamusikk med mye humor” (Eggum 2005:175). Bandet er også kjent for at de bruker oljefat, brekkgjern og felger når de spiller konsert. Musikken til Kaizers Orchestra blir fremført med Rogalandsdialekt. Bandet har gjennomført flere Europa-turnéer, og deres plater er blitt utgitt i Tyskland, hvor de har solgt godt (Eggum 2005:275). Det unike med Kaizers Orchestra er at de har klart å selge sin musikk i utlandet, mens de har holdt på det norske språket.

## 1990-tallet, med vekt på kvinner i utlandet

Fra slutten av 1990-tallet og frem til i dag har det kommet mange kvinnelige artister som har forsøkt seg på en platekarriere. Noen av disse har gjort stor suksess også utenfor Norges grenser.

Som ung, kvinnelig norsk artist på slutten av 1990-tallet sto Lene Marlin i en særstilling. Hun ble oppdaget i 1997 av NRKs avdeling i Tromsø, og det tok ikke lang tid før hun fikk platekontrakt. Lene Marlins første singel, ”Unforgivable Sinner”, gikk rett til topps på Norges Offisielle Singelliste, VG-lista, og ble liggende på første plass i fire uker.<sup>44</sup> Lene Marlin ble med dette den første debutanten til å gå rett til topps på VG-lista. Hennes første album, *Sitting Down Here*, ble utgitt i 1999, og har til nå solgt over 1,8 millioner eksemplarer på verdensbasis. I 1999 fikk også Lene Marlin prisen for Best Nordic Act på MTV-Europe Awards. I 2003 kom Lene Marlins andre album, *Another Day*. Den første singelen fra denne platen, ”You Weren’t There”, gikk til topps på singellistene både i Norge og Italia.<sup>45</sup> Lene Marlin er, sett bort fra a-ha, en av Norges mestselgende artister i utlandet.

---

<sup>43</sup> <http://www.jagajazzist.com/v2/biography.php> [Lesedato 08.04.2006]

<sup>44</sup> [http://lista.vg.no/album\\_info.php?AlbumOp=show&albumId=111&albumtype=song&albumtype\\_id=](http://lista.vg.no/album_info.php?AlbumOp=show&albumId=111&albumtype=song&albumtype_id=)  
[Lesedato 11.05.2006]

<sup>45</sup> [http://www.lene-marlin.no/index.php?option=com\\_content&task=view&id=14&Itemid=43](http://www.lene-marlin.no/index.php?option=com_content&task=view&id=14&Itemid=43)  
[Lesedato 11.05.2006]



M2M med Marit Larsen og Marion Ravn gjorde stor suksess med sitt første album *Shades Of Purple* fra 2000. Første singelen fra dette albumet "Don't Say You Love Me" gjorde det bra i Asia, så vel som i Australia, Chile, Mexico, Danmark og Norge.<sup>46</sup> M2M ble satset på internasjonalt, og deres andre plate *The Big Room* fra 2002 ble utgitt over store deler av verden. Plata klarte derimot ikke å leve opp til forventningene som var skapt på forhånd, og selv om albumet solgte over 250.000 eksemplarer i Asia alene, var ikke plateselskapet fornøyd.<sup>47</sup> M2M er nå oppløst, men Marion Ravn har fått kontrakt med det Amerikanske plateselskapet Atlantic Records og skal nå bli satset på som soloartist.<sup>48</sup>

Maria Mena platedebuterte som 16 åring med albumet *Another Phase*.<sup>49</sup> To år senere, i 2004, kom hennes neste album, *Mellow*. Denne platen ble også blitt utgitt i USA. Førstesingelen fra denne platen, "You're the Only One", nådde helt opp til 86. plass på Billboards Hot 100-liste.<sup>50</sup> Mena var således den første norske artisten som kom seg inn på denne listen i det nye årtusenet. Hva var så grunnen til at Mena kom seg inn på verdens mest prestisjefulle plateliste? Plateselskapet hennes hadde tro på henne. Hun ble behørig markedsført i USA, og optrådte blant annet på David Letterman Show, et av Amerikas største talkshow. I tillegg til dette fikk Mena god hjelp av amerikansk radio, og fikk dermed mulighet for å nå et stort marked som ellers hadde vært lukket.

I 2001 platedebuterte Maria Solheim. Hun førte seg dermed inn i rekken av unge kvinnelige artister som satset som artist i perioden omkring årtusenskiftet. Med sitt andre album, *Behind Closed Doors*, fra 2002, spilte hun i store deler av Europa, og platen ble utgitt i Tyskland og Japan (Eggum 2005: 482). Etter dette albumet innledet hun et samarbeid med Emil Nikolaisen, kjent fra bandene Silver og Seerena Manesh. Dette samarbeidet har til nå resultert i to album.

---

<sup>46</sup> <http://www.warnermusic.no/artister/m2m/> [Lesedato 11.05.2006]

<sup>47</sup> <http://www.dagbladet.no/kultur/2002/04/17/325342.html> [Lesedato 08.04.2006]

<sup>48</sup> <http://www.nrk.no/musikk/2156929.html> [Lesedato 11.05.2006]

<sup>49</sup> [http://www.sonymusic.no/mariamena/index\\_.html](http://www.sonymusic.no/mariamena/index_.html) [Lesedato 11.05.2006]

<sup>50</sup> <http://www.dagbladet.no/kultur/2004/07/21/403529.html> [Lesedato 08.04.2006]

## Black metal

*”Den mest genuint norske Rock-genren”*<sup>51</sup>

Norge er særlig kjent for å ha mange gode black metal band. Black metal er en avlegger av heavy metal og kan karakteriseres med raske rytmer, sin bruk av orkestrale virkemidler og ofte forvrengt vokal. Ian Christie sier at andre generasjon med black metal startet i Norge med bandet Mayhem (Christie 2004:270).<sup>52</sup> Andre viktige band er Darkthrone, Immortal og Satyricon. Satyricon fikk i 2002 både Spelemannspris og Alarmpris (Eggum 2005:462). Mange av de norske black metal bandene spilte på teatrale virkemidler og de stod i opposisjon til kirken. Bandene brukte som oftest helt svarte klær og det er vanlig med hvit ansiktssminke.<sup>53</sup> Bandene spilte på den norske mytologien og naturen.

Hvor populære disse bandene var, er vanskelig å måle. Distribusjonen av slik musikk hadde ingen faste kanaler, og musikken ble spredd via kopierte kassetter. For utenforstående var musikken vanskelig å få tak i, men var man i miljøet var det stor sirkulasjon av slike plater. Mayhem ble utsatt for piratkopiering i stor stil i Amerika da ulisensierte CD-er av dem kom på markedet, disse var kopiert fra gamle kassettopptak (Christie 2004:286).

På 1990-tallet ble black metal-miljøet i Norge verdenskjent. Dette ble de ikke først og fremst på grunn av musikken, men på grunn av kirkebranner og indre oppgjør i miljøet. Drapet på Euronymous, grunnleggeren av Mayhem, av Varg Vikernes, satte black metal i medias søkelys. Varg Vikernes var selv en black metal-utøver og hans prosjekt Buzurm fikk i sin tid svært gode kritikker. Gjennombruddet til black metal i Norge faller samtidig med markeringen av Den Norske Kirkens 1000-års jubileum. Noen sentrale skikkelser i det norske black metal miljøet hadde lite til overs for kirken. Denne motstanden til kirken ble synliggjort ved at flere kirker ble satt i brann. Blant kirkene som ble brent ned var Fantoft Kirke og Holmenkollen Kapell. Disse stavkirkene var mange hundre år gamle og ble sett på som nasjonale symboler. Det var lite forståelse blant nordmenn flest for disse brannene, og black

---

<sup>51</sup> Det norske musikknettstedet MIC har beskrevet den norske metalscenen slik.

<http://www.ballade.no/nmi.nsf/home/popularmusikk?opendocument&url=http://www.ballade.no/nmi.nsf/autofp/popularmusikk> [Lesedato 10.02.2005]

<sup>52</sup> Den første generasjonen av black metal band stammet fra USA, og blant de trendsettende bandene her bør nevnes Venom, Hellhammer og Bathory (Christie 2004:270).

<sup>53</sup> Den hvite og svarte ansiktssminken er inspirert av King Diamond som spilte i bandet Mercyful Fate (Christie 2003:272).

metal miljøet fikk mye negativ oppmerksomhet. Det er viktig å presisere at ikke alle utøverne av black metal støttet disse handlingene.

På midten av 1990-tallet spredte den norske varianten av black metal seg rundt i verden, og norske band påvirket slike miljøer på ulike steder, for eksempel Korea og Finland (Christie 2004:284).

I 2003 gikk det norske bandet Dimmu Borgir inn på Billboards albumliste med sitt album *Death Cult Armageddon*.<sup>54</sup> Bandet ble således det første norske black metalbandet som kom inn på Billboard-listen i USA, og ble også medlem av en relativt eksklusiv klubb av norske band som har vært på Billboard.<sup>55</sup>

## Eurovision Song Contest

Eurovision Song Contest, eller Melodi Grand Prix som det norske navnet er, så dagens lys i 1956. Norge deltok første gang i 1960 med Nora Brokstedt og sangen "VoiVoi" (Johnson 1986:13). Eurovision Song Contest er en slagerkonkurranse hvor ulike artister representerer sitt hjemland, og publikum avgjør hvem som er best. Denne sangkonkurransen har svært høye seertall over hele Europa, og vinneren er omtrent garantert gode salgstall, og får sine Warholske minutter i rampelyset. I Norge blir det først avholdt en egen nasjonal konkurranse der seerne avgjør hvem som skal bli Norges representant i den internasjonale finalen. Inntil nylig måtte alle land fremføre sine melodier på sitt eget språk. Denne regelen har imidlertid blitt forandret de senere årene, noe som har ført til at de fleste bidragene blir fremført på engelsk. Norge har ved flere anledninger gjort det bra i denne slagerfestivalen, og vi har ved to anledninger vunnet. Første gang var i 1985 da gruppen Bobbysocks vant med sangen "La Det Swinge". Låtskriveren var Rolf Løvland. Løvland var også komponist for den norske vinner sangen i 1995, da hans egne gruppe Secret Garden vant med "Nocturne". Det kan i tillegg nevnes at Løvland har skrevet ytterligere to melodier som har representert Norge i den internasjonale finalen.

Secret Garden er blant de bandene fra Norge som har opplevd størst suksess. Foruten Løvland består Secret Garden av Fionnuala Sherry. Secret Gardens musikk er utgitt i over 80 land, og de har solgt til gull i blant annet Irland og Hong Kong. Rolf Løvland er også med i den eksklusive klubben av de som har toppet Billboards albumliste i USA. Dette har han gjort

---

<sup>54</sup> [http://www.nrk.no/programmer/tv/norsk\\_rocks\\_historie/4323884.html](http://www.nrk.no/programmer/tv/norsk_rocks_historie/4323884.html) [Lesedato 10.02.2005]

<sup>55</sup> De andre bandene er a-ha, TNT, Stage Dolls, M2M og Maria Mena.

med Josh Grobans innspilling av sangen "You Raise Me Up".<sup>56</sup> Denne innspillingen gav Løvland også en nominasjon til en Grammy pris.<sup>57</sup>

De senere årene har sangkonkuransen Idol vakt stor oppmerksomhet i Norge. Den første vinneren av Idol i Norge, Kurt Nilsen, var Norges representant i World Idol. I World Idol sang vinnerne fra de ulike nasjonale variantene av Idol mot hverandre, og Norges deltager gikk av med seieren. Kurt Nilsen ble etter seieren gratulert av Norges statsminister som mente at Kurt Nilsen sammen med Sigurd Pettersen hadde "gitt Norge en pangstart i 2004".<sup>58</sup> World Idol ble sett av flere millioner mennesker verden over, og reaksjonene fra offentlig hold i Norge viser viktigheten av populærmusikk som en norsk identitetsskaper. Populærmusikk er på denne måten også med å forme forståelsen av hva det vil si å være norsk.

## Årsaker til norsk suksess

Begge gangene Norge har vunnet Melodi Grand Prix har ikke det norske språket vært hovedgrunn til suksess. "La Det Swinge" hadde et refreng med engelske låneord og "Nocturne" hadde knapt nok tekst. Geir Johnson beskriver grunnen til den norsk suksessen i 1985 slik:

Det var resultatet av et tilpassningsarbeid i norsk populærmusikk, der utøvere og produsenter hadde innsett at et marked for norskprodusert musikk også måtte opparbeides andre steder i Europa. Kostnaden av dette prosjektet var en internasjonalisering av uttrykket, en tilrettelegging av populærmusikalske vendinger og språklig syntaks, en satsing på andre sider av uttrykket enn de nasjonale (Johnson 1986:23).

Hvis man ville oppnå internasjonal suksess, kunne man ikke satse på et særnorsk uttrykk, dette fordi gjenkjennelseeffekten i populærmusikk er viktig, eller som Timothy Warner beskriver det:

---

<sup>56</sup>[http://www.secretgarden.no/fs\\_facts\\_feeling.html](http://www.secretgarden.no/fs_facts_feeling.html) [Lesedato 08.04.2006]

<sup>57</sup> Dette vel og merke innen pop og rock, innen klassisk musikk har både Leif Ove Andsnes og Truls Mørk vært nominert. Truls Mørk vant i 2002 en Grammy-pris for platen *Britten Cello Suites 1-3*, og ble med dette den første nordmannen som vant denne prisen.  
<http://www.ballade.no/nmi.nsf/home/ballade?opendocument&url=http://www.ballade.no/nmi.nsf/doc/art2002022810322617635614> [Lesedato 13.10.2006]

<sup>58</sup> Skihopperen Sigurd Pettersen vant hoppuka sammenlagt i 2003/2004. Her vant han 3 av 4 konkurranser.  
<http://www.ballade.no/nmi.nsf/home/ballade?opendocument&url=http://www.ballade.no/nmi.nsf/doc/art2004010609252780391851> [Lesedato 16.10.2006]

Indeed, part of the delight of popular music lies in the recognition of elements that echo previous pieces (Warner 2003:8).

Hvis det finnes noe slikt som en formel på suksess, er denne da å sette sammen musikken på en delvis gjenkjennelig måte, men allikevel gjøre det såpass nytt at publikum fatter interesse. Hvis man leter etter grunner til at norsk populærmusikk fra 1980-tallet og frem til i dag har markert seg på en positiv måte i utlandet, er mye av grunnen at norsk musikk i større og større grad har tilnærmet seg en internasjonalt tonespråk og at stadig flere norske artister velger å fremføre sine sanger på engelsk. Hvis man ser på band som Stage Dolls og TNT, som hadde sin storhetstid på 1980-tallet, er ikke deres uttrykk så veldig forskjellig fra amerikanske band som for eksempel Bon Jovi. Og nettopp her ligger mye av grunnen til deres suksess. De låter som et internasjonalt band, og man blir mottatt som det man utgir seg for å være.

Poenget med internasjonal tilpassning er imidlertid ikke noe man kan bruke i alle sammenhenger. Produsenten Ole Evenrud har sagt om norsk musikk at ”vårt potensiale ligger i nisjene”.<sup>59</sup> Norge har de senere årene markert seg sterkt innen black metal, en sjanger hvor Norge har vært et foregangsland hva gjelder utviklingen. Suksessen innenfor nisje-sjangrene ligger altså i å dyrke det særegne, og på denne måten oppnå suksess og anerkjennelse. Denne tilnærmingen blir det motsatte av måten norsk musikk på 1980-tallet tilnærmet seg et internasjonalt uttrykk.

Det norske spåket er en viktig faktor når man ser etter grunner for suksess i utlandet for norske artister og band. Det er få artister som har sunget på norsk som har fått et internasjonalt gjennombrudd. På 1960-tallet fikk Wenche Myrhe sitt gjennombrudd i Tyskland, men hennes sanger ble da oversatt til tysk. Språkbarrieren som ligger i det norske språket, det faktum at det er få andre enn nordmenn som forstår hva som blir sagt, har ført til at de fleste artister som har satset på en karriere i utlandet ikke har sunget på norsk. Et unntak i så tilfelle er bandet Kaizers Orchestra som synger på norsk og har solgt mange plater i Tyskland.

Uansett hvilken tilnærming man velger for å oppnå suksess, så er ikke musikken alene nok for å få det store gjennomslaget. Artistkarriere er i de aller fleste tilfeller et resultat av en nøye planlagt mediestrategi fra management og plateselskap. Mye ressurser og penger er ofte

---

59

<http://www.ballade.no/nmi.nsf/home/ballade?opendocument&url=http://www.ballade.no/nmi.nsf/doc/art2004120212342382881666> [Lesedato 08.04.2006] Ole Evenrud har en lang karriere bak seg, både som artisten Ole Idole og senere som produsent for en rekke kjente norske artister.

viktigere enn hvordan musikken er. Hvis en tar a-ha som et eksempel, ser man at markedsføringen og promoteringen hadde stor betydning for bandets internasjonale gjennombrudd. Dette kommer jeg nærmere tilbake til i neste kapittel.

## Forholdet mellom populærmusikk og kulturpolitikk

De band og artister som er gjennomgått så langt, har som regel stått på utsiden av det offentlige kulturfeltet i Norge. Populærmusikken har hatt en kort historie på det kulturpolitiske sakskartet (Gripsrud 2002:8). I det følgende avsnittet vil jeg se på hvordan det offentlige legger forholdene til rette slik at de som jobber med populærmusikk i Norge kan få best mulig arbeidsforhold.

Tradisjonelt sett har populærmusikk vært en inntektspost mer enn en utgiftspost på kulturbudsjettet. Gjennom Fondsloven av 1956 og Kassettavgiften fra 1983, har Staten hatt gode inntekter på populærmusikk. Norsk Rockforbund ble stiftet i 1982 og mottok betydelig økonomisk støtte fra Staten. Disse midlene var imidlertid såkalte "ungdomsmidler" og var sosialpolitisk, ikke kulturpolitisk motivert (Gripsrud 2002:9). Det er derfor først ved starten av 1990-tallet at populærmusikken har fått støtte gjennom det offentlige. Grunnene til dette kan være flere. På den ene siden kan det være et resultat av at populærmusikk tradisjonelt blir sett på som lavkultur, og at den således ikke "fortjener" offentlig støtte. På den andre siden er mye av populærmusikken markedsorientert av natur, og tradisjonell tankegang har da ført til at den musikken som selger godt ikke trenger støtte, men klarer seg selv. Selv om populærmusikk ikke fikk direkte støtte før rundt 1990, har mange pop- og rockinteresserte ungdommer i Norge nytt godt av indirekte støtte. I form av støtte til korps og kor, da særlig Ten Sing-bevegelsen, har ungdommer som er musikkinteresserte fått grunnleggende kunnskap om musikk, noe de har kunnet ta videre med seg over i musikalske sjangere de har hatt lyst til å utvikle sine evner i på fritiden.

Selve ideen om at populærmusikken skulle få statsstøtte oppstod omkring 1988-1989. Dette initiativet var det flere enkeltpersoner innenfor rockemiljøet som stod bak. Under Arbeiderpartiets kulturkonferanse i 1989 ble det satt sammen en tverrfaglig arbeidsgruppe som ble kalt Forum For Rock. Det Norske Arbeiderparti satt på denne tiden med regjeringsmakt, og forumet eksisterte i to år og jobbet på mandat fra regjeringen med sikte på å utrede forholdene for norsk rock, og å komme med forslag til tiltak som kunne gjennomføres. Rapporten som Forum For Rock leverte fant tre innfallsvinkler til statsstøtte av

pop og rock. De så rock som et samlingspunkt og et identitetsfellesskap, rock som en bransje og næring, og rock som et kunstnerisk uttrykk. I møtet mellom disse tre innfallsvinklene har statsstøtten til rock oppstått, og gjennom disse innfallsvinklene oppnår rocken legitimitet båret næringspolitisk, sosialpolitisk og kulturpolitisk. I løpet av 1990-tallet økte omfanget av støtte (Brandstad 2002:260-261).

Blant tiltakene som ble iverksatt på 1990-tallet er Musikkverkstedordningen og turné-, transport-, festivalstøtte, den såkalte TTF-ordningen. TTF-ordningen har som utgangspunkt at betingelsene for livemusikk og turnévirkosomhet har vært lite gunstig for den rytmiske musikken, da ”konsertvirkosomheten gjerne foregår på utsiden av etablerte strukturer som konserthus og kulturhus i landet” (Brandstad 2002:264). Denne ordningen ble etablert som en prøveordning i 1992, og ble gjort permanent i 1995. TTF blir finansiert gjennom Kulturrådet, og den årlige bevilgningen har i snitt ligget på 3,2 millioner kroner (Gripsrud 2002:264). TTF-ordningen støtter musikklivet på tre måter; turnéstøtte i inn- og utland, arrangørstøtte og festivalstøtte. Turnéstøtten mottar omtrent 60 % av TTFs budsjett, og av dette er det utenlandsturneringen som mottar mest midler (Brandstad 2002:266-267).

Staten har i løpet av de siste 15 årene bidratt til å støtte opp om populærmusikken. Den økonomiske støtten som staten har bidratt med har ført til at musikere, band og artister har hatt bedre vilkår for å utvikle seg og få mulighet til å fremføre sin musikk. TTF ordningen har gitt arrangører større mulighet til å booke ukjente band. Dette har igjen ført til at ukjente band får flere muligheter til å spille for et publikum og bygge seg opp erfaring.

## Kulturpolitikk rettet mot å spre norsk musikk i utlandet

Norge har hatt mange band og artister som *nesten* har skapt seg en internasjonal karriere. Mønstrer er likevel at de fleste ikke har klart det. Men det er ingen regel uten unntak; i nisjemarkeder har norske musikere gjort det svært bra i utlandet. Eksempler på dette er norsk jazz og norsk black metal.

I hvilken grad har statlige tiltak vært med på at norsk musikk har gjort det slik den har gjort det i utlandet? Det er vanskelig å svare eksakt på dette, men det er nokså sikkert at støtteordninger av ulikt slag er med på å legge forholdene til rette for at norske utøvere av populærmusikk skal få mulighet til å dyrke fram talent, godt håndverk og få hjelp til alt det praktiske i form av PR, turnévirkosomhet og så videre. Turnéstøtten er den viktigste støtten staten gir til norske musikere som vil markere seg i utlandet. Turnévirkosomhet er ofte svært

dyrt, og den statlige støtten gjør det mulig for artister å dra på turneer i utlandet uten å sitte med den økonomiske risikoen alene.

I et slikt perspektiv er organisasjonen Music Export Norway et velkomment tilskudd i norsk populærmusikk. Organisasjonen ble etablert i 2000 av den norske musikkindustrien. Det var seks ulike organisasjoner som stod bak opprettelsen; FONONO, IFPI, NOPA, NMI, Musikernes Fellesorganisasjon og GramArt. Music Export Norway skal være et service- og ressurscenter for eksporten av norsk musikk, og firmaets primære mål er å styrke norske musikkprodukter med kommersiell verdi. Ved store musikkonferanser, så som Popkomm i Tyskland og Midem i Frankrike, er det Music Export Norway som er ansvarlig for den norske standen.<sup>60</sup>

Det faktum at den norske staten satser på å spre norsk musikk i utlandet tyder på at politikere ser betydningen av norsk musikk, og den identitetsskapende funksjonen musikk har. Profilering av norsk musikk utover landets grenser er med på å gi et positivt bilde av Norge i utlandet.

## Eksport

Music Export Norway er den eneste organisasjonen jeg har funnet som utarbeider konkrete tall på hvor mye norsk musikk som blir eksportert til utlandet. De tall jeg har funnet går ikke lenger tilbake enn til 1998, og det er således vanskelig å gi en oversikt over om det har vært en vekst eller en reduksjon av eksporten på varer og tjenester fra denne gruppen i Norge. I denne oppgaven har jeg definert norsk musikk som musikk som er laget av nordmenn, og jeg har således ikke tatt hensyn til om den aktuelle artisten eller bandet har hatt kontrakt med et plateselskap som har norske eierinteresser, og således eksportert musikk ut av Norge, eller om de har fått sitt gjennombrudd ved hjelp av et utenlandsk plateselskap. I det siste tilfellet blir ikke musikken en eksportartikkel fra Norge, men det er norsk musikk som får vist seg fram for andre deler av verden. a-ha kan her fungere som et eksempel. Siden a-ha i hele sin karriere ikke har hatt kontrakt med et norsk plateselskap, blir heller ikke inntektene de generer ved platesalg sett på som en norsk eksportartikkel. Tono, Gramo og andre interesseorganisasjoner vil fremdeles se til at de får de inntektene de har krav på for det som blir solgt av plater og andre inntektskilder i Norge, slik som for eksempel bruk av musikken i radio og tv, men a-ha som et produkt må importeres til Norge. Norges største popstjerner er

---

<sup>60</sup> <http://www.musicexportnorway.no/index.php?cat=32174b> [Lesedato 06.05.2005]



derfor i denne forstand ikke en eksport artikkel fra Norge. Ifølge Music Export Norway ”kan ingen si hvor store disse beløpene er”.<sup>61</sup>

## Ulike ledd i eksportkjeden

Eksporten av musikk inneholder mange ledd hvor det skjer en verdiskapning. Music Export Norway gir følgende ledd i denne kjeden (Årsrapport 2004):

- Det skapende ledd.  
Dette innvolverer artister, komponister, tekstforfattere, miksespesialister og lydteknikere.
- Det produserende ledd.  
Dette leddet formidler det kunstneriske materialet til publikum. De leter opp talenter, produserer musikken og formidler, for eksempel CD-er og noter. Forlagshus og plateselskaper representerer dette leddet.
- Det selgende ledd.  
Dette leddet inneholder grossister, internettsalg, kjeder og de tradisjonelle musikkforetningene.
- Det støttende ledd.  
Dette leddet kan igjen deles inn i følgende underkategorier:
  - Produksjonsutstyr, bedrifter som produserer CD-er, plater og bånd.
  - Markedsføring og management, eksempelvis stylinger, advokater, arrangører/impresarioer og grafisk design.
  - Nettverk. Dette vil si profesjonelle interesseorganisasjoner som sprer informasjon, fremmer interesser, koordinerer virksomhet innen sektoren og samler inn vederlag. Eksempler på slike organisasjoner er TONO, NCB, FONO og IFPI.

Det er verdt å merke seg at mange av selskapene i den norske musikkindustrien er aktive innen flere av disse leddene. Ut fra denne inndelingen faller journalistisk virksomhet, instrumentproduksjon, musikkopplæring, radio og tv utenfor.

---

<sup>61</sup> <http://www.musicexportnorway.no/getfile.php/289705.817.eduuvycvsvy/Rapport+MEN+2004.pdf>  
[Lesedato 16.06.2006]

Tabell 1:<sup>62</sup>

Type inntekter	Kilde for informasjon	Type tall og metode
<b>1. Royalties</b> (a) Radio- og TV framføringer, konserter (komponister, tekstforfattere, musikkforlag). (b) Mekaniske rettigheter (fra salg av fonogrammer). (c) Radio- og TV framføringer (artister og musikere). (d) Fra utenlandske subforlag direkte til norske forlag	TONO NCB GRAMO Forlag	Sikre tall Sikre tall Sikre tall + beregning Beregninger
<b>2. Vareeksport</b> (a) Fonogrameksport	Stat.Sentralbyrå	Sikre tall*
<b>3. Tjenesteeksport</b> (a) Artister, lydteknikere o.a. i forbindelse med konserter og opptredenes utenlands. (b) Subforlag virksomhet for utenlandske forlag. (c) Lisensinntekter (fra salg av fonogrammer) (d) Studioinntekter (ved utleie til utenlandske grupper).	Undersøkelse via e-post/internett og intervjuer med et utvalg managere Tidligere tall lagt til grunn IFPI og FONO (Undersøkelse selskaper / distributører. Intervju utvalg.) Spørreundersøkelse via e-post	Beregninger Beregninger Beregninger Beregninger

\* Tallene er den eneste pålitelige kilden for eksport av CD-er og fonogrammer. Imidlertid inkluderer SSBs tall feilkilder, da tallene inneholder kommisjonsvare samt CD-er med programvare. Vi har likevel valgt å benytte denne kilden, da den er benyttet for de tidligere rapportene, og det så langt ikke finnes andre, mer eksakte måter å framkaffe tallene på.

<sup>62</sup> Denne tabellen er hentet fra Music Export Norways årsrapport for 2004, <http://www.musicexportnorway.no/getfile.php/289705.817.eduuvycvsy/Rapport+MEN+2004.pdf> [Lesedato 14.06.2006]

## Inntekter fra royalties

Tabell 2:

*Royalty inntekter 1998-2004 (mill. NOK)*

År	TONO	+/-	NCB	+/-	GRAMO	+/-	Forlag/ Subforlag	+/-	Total
1998	7,718				0,522				
1999	8,6	+ 11%	4,3		1,436	+175%			14,336
2000	13,524	+ 57%	3,9	- 9%	1,097	-23%			18,521
2001	15,993	+ 18%	5,0	+28%	0,613	-44%	Ukjent		21,606
2002	15,664	- 2%	5,2	+ 4%	0,764	+24%	Ukjent		21,628
2003	16,8	+7,3%	6,88	+32,3%	1,936	+153%	Ukjent		25,616
2004	18,0	+7,1%	7,50	+8,3%	1,88	-2,9%	35		62,380

Ut fra denne tabellen kan vi lese at det har vært en markant økning i Tono-inntektene både i 2003 og i 2004. Dette betyr at norsk musikk ble spilt mer på radio og tv enn tidligere år. NCB-inntektene er såkalte mekaniske rettigheter og økte formidabelt i 2003. Det er en fortsatt økning i 2004. Gramo, som fordeler inntektene til artister og musikere fra radio- og tv-fremføringer, hadde en eksplosjonsartet utvikling fra 2002 til 2003. Hva denne store økningen skyldes forklarer ikke Music Export Norway, men en mulig forklaring på dette er at det er blitt flere land som rapporterer disse tallene til Norge, noe som gjør at inntektene for norske musikere og artister øker betraktelig.

Forlagstallene fram til 2004 har ikke vært tilgjengelig. Dette skyldes trolig at dette er inntekter de aktuelle selskapene ønsker å "skjule". I 2004 har Music Export Norway vært i dialog med noen av selskapene, og på grunnlag av dette forsøkt å beregne det totale tallet på inntekter i oversikten ovenfor. Det at disse tallene er tatt med, forklarer også den store økningen i de totale inntektene. Den totale inntektsøkningen hadde ikke vært så stor som det blir gitt uttrykk for hvis tallene for tidligere år også hadde vært i bruk.

## Inntekter fra vareeksport

Music Export Norway definerer vareeksport på følgende måte: "Vareeksporten utgjøres av fonogrammer (plater og CD-er) som blir produsert og eksportert fra Norge".<sup>63</sup> Det er verdt å merke seg at tallene som er benyttet i denne oversikten inneholder alle

---

<sup>63</sup> <http://www.musicexportnorway.no/getfile.php/289705.817.eduuvycvsy/Rapport+MEN+2004.pdf>  
[Lesedato 14.06.2006]

fonogrammer som går fra Norge til utlandet, statistikken omfatter altså ikke kun norsk musikk. Tallene i statistikken er hentet fra Statistisk Sentralbyrå. De har igjen fått sine tall fra tollmyndighetene. For å beregne inntektene er det lagt til grunn en gjennomsnittlig oppnådd pris til utlandet på NOK 50,- pr. solgte fonogram.

Tabell 3:

*Vareeksport i perioden 1998 – 2004 (mill. NOK)*

År	Eksport volum	+/-
1998	66,525	
1999	111,589	+ 68 %
2000	100,274	- 10 %
2001	133,383	+ 33 %
2002	127	- 5 %
2003	111,6	- 12 %
2004	96,7	-13 %

I perioden fra 2002 til 2004 har det vært en nedgang i eksporten av fonogrammer. Music Export Norway peker på følgende årsaker til dette:

- En generell nedgang i handelen av fysiske musikkprodukter.
- CD-er av norske artister blir i økende grad trykket og distribuert i utlandet.
- Hvis man ser på tallene bak statistikken så holder lisensieringsinntektene seg stabile. Lisensieringsinntektene dekker blant annet nedlastning av filer.
- En annen forklaring er at i rapportene for 2001 og 2002 inneholdt tallene også tall for programvare og kommisjonsprodukter. Ifølge Music Export Norway er det umulig å hente inn sikre tall på annen måte enn dette.

Tabell 4: Sammenfatning

*Samlede eksport inntekter fra norsk musikkindustri 1998 – 2004 (mill. NOK).*

Type inntekter	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
1. Royalties							
TONO inntekter	7,718	8,600	13,524	15,993	15,664	16,8	18
NCB inntekter		4,300	3,900	5	5,2	6,88	7,5
GRAMO inntekter	0,522	1,436	1,097	0,613	0,763	1,94	1,88
Forlag virksomhet				Ukjent	Ukjent	Ukjent	25
<i>Sub total royalties</i>		14,336	18,521	21,606	21,627	25,62	52,38
2. Vareeksport	66,525	111,589	100,274	133,383	127	111	96,7
3. Tjenesteeksport							
Opptredener				Ukjent	3	30	40
Agenturvirksomhet				Marginalt	Marginalt	Marginalt	Marg.
Lisensinntekter				35	34	40	43
Studioinntekter				20	25	22	26
<i>Sub total tjenesteeksport</i>				55	62	90	107
<b>Tot. eksport (avrundet)</b>				<b>210</b>	<b>211</b>	<b>229</b>	<b>256</b>

Tallene som er brukt i denne rapporten er ikke helt sikre, men kan gi en pekepinn på hvordan det går med norsk musikk som eksportvare. Til sammenligning ble det totalt i 2004 eksportert varer og tjenester fra Norge med en samlet verdi på 554 896 millioner kroner.<sup>64</sup> Dette betyr at eksport av musikk fra Norge står for 0,046 % av den totale eksporten fra Norge i løpet av et år. Dette betyr at eksport av varer og tjenester som er musikkrelatert, er av en svært marginal art. Det er imidlertid verdt å merke seg at norsk musikk som hevder seg i utlandet er med på å skape interesse for Norge, og der igjen en profileringsgevinst for landet. Dette kan dernest føre til økte inntekter på andre områder for Norge, blant annet i turistnæringen.

Denne undersøkelsen, som er laget av Music Export Norway, forteller litt om hvilke land som er Norges viktigste samarbeidspartnere, og det er derfor vanskelig å konkludere noe om hvilke land norsk musikk står sterkest i.

<sup>64</sup> Dette er tall hentet fra Statistisk Sentralbyrå <http://www.ssb.no/muh/mu2004/tab-01.html> [Lesedato 16.06.2006]

## Kapittel 3: 1980-tallet, a-ha og ”a-ha-effekten”

*”Det var først på midten av 1980-tallet norsk rock begynte å bli en interessant scene..”*

Håkon Moslet – Musikksjef i NRK P3<sup>65</sup>

Datoene 4. mai og 19. oktober 1985 kan sies å markere et vendepunkt i nyere norsk musikkhistorie. Førstnevnte er dagen da Norge for første gang vant den internasjonale finalen i Eurovision Song Contest. Gruppen Bobbysocks vant med Rolf Løvlands sang ”La Det Svinge”. Sistnevnte dato er en milepæl fordi dette er dagen et band fra Norge for første gang gikk til topps på den amerikanske salgslisten over singler, Billboard Hot 100. Gruppen var a-ha, singelen het ”Take On Me”. Dette kapitlet vil sentrere rundt disse to hendelsene, og jeg vil drøfte hvilken betydning dette har hatt for eksporten av norsk populærmusikk til utlandet.<sup>66</sup> De to datoene, og da særlig den siste danner utgangspunktet for det som blir kalt ”a-ha-effekten”. Med ”a-ha-effekten” menes hvordan gjennombruddet til a-ha har gjort det lettere for andre norske band å slå igjennom i utlandet, men er dette bare en teori? I dette kapitlet vil jeg også gi en grundig presentasjon av historien til Norges kanskje største popband gjennom tidene, a-ha. Hvilke forhold gjorde at det var akkurat dette bandet som fikk et internasjonalt gjennombrudd? Jeg skal først se på a-ha`s karriere og deretter drøfte hvorvidt det finnes noe som kan kalles ”a-ha-effekten”.

### a-ha: internasjonale, men norske

a-ha synger på engelsk og spiller en type musikk som har sitt opphav i andre deler av verden enn Norge. Likevel blir de betraktet som representanter for norsk musikk. I kapitel 1 ble det definert hva som er ”det norske” og hva som er ”norsk musikk”. a-ha plasserer seg innunder definisjonen av hva som er ”det norske” fordi populærmusikk, av den typen som a-ha representerer, i årenes løp har blitt definert som en norsk måte å uttrykke seg på, og fordi utøverne i a-ha er norske.

---

<sup>65</sup>

<http://www.ballade.no/nmi.nsf/home/ballade?opendocument&url=http://www.ballade.no/nmi.nsf/doc/art2004120212342382881666> [Lesedato 08.04.2006]

<sup>66</sup> For biografiske opplysninger om Bobbysocks, se kapitel 2.

Etter at rocken kom til Norge, og fram til starten av 1980-tallet hadde ”ungdommens musikk” utviklet seg fra å være nettopp en musikk sjanger for ungdom til å bli en del av nordmenns musikalske uttrykk. Pop og rock er i dag, forstått som et internasjonalt musikalsk språk, like mye en norsk som en utenlandsk måte å uttrykke seg musikalskt på. Ifølge den svenske musikkviteren Lars Lilliestam er det fire måter man kan definere musikkens nasjonalitet. Som vist i kapittel 1, har jeg i denne oppgaven tatt i bruk Lillestams første definisjon for å definere hvilken nasjonalitet musikk har, nemlig at musikkens nasjonalitet bestemmes av hvilket land musikerne kommer fra. Overfører vi denne definisjonsmåten på a-ha blir dette bandet norsk fordi alle medlemmene i bandet er fra Norge. Selv om a-ha derfor er et norsk band, blir ikke pengene de genererer ført tilbake til Norge. Dette kommer av at plateselskapet deres ikke er norsk. a-ha er på denne måten ikke en eksportartikkel fra Norge, men et norsk band som har fått platekontrakt i utlandet og derfra fått sitt gjennombrudd.

## Historien om a-ha<sup>67</sup>

I norsk populærmusikkhistorie er det ingen band som har en like imponerende merittliste å vise til som a-ha. I løpet av sin karriere har a-ha utgitt åtte studioalbum, et live album og to samlealbum. De syv første studioalbumene har solgt i over 27 millioner eksemplarer, og alle albumene har oppnådd førsteplass på de norske albumlistene. a-ha er det første og hittil eneste norske bandet som har toppet Billboards Hot 100-liste i USA, og de har hatt 14 topp ti-singler i England fra 1985 og fram til 2006. Videoen til sangen ”Take On Me” vant åtte MTV Awards i 1986, bandet har vunnet syv Spellemannspriser. I 1991 satte de verdensrekord, da var det 196.000 betalende tilskuere på deres konsert på Maracana Stadion i Rio, Brasil (Omdahl 2004:402-403). Høsten 2005 spilte a-ha under firmaet Norsk Hydros hundreårsjubileum i Frognerparken i Oslo. Det ble anslått at det var et sted mellom 125.000 og 150.000 tilskuere under denne begivenheten. Dette er, ifølge Valgerd Svarstad Haugland, den største menneskemassen som er samlet i Norges historie (Sundnes og Sexton 2006:11). Hva gjorde at a-ha ble så store som de er blitt, og hvor starter historien?

a-ha's suksess startet i 1985 med singelen ”Take On Me”, men bandets historie går tilbake til slutten av 1970-tallet. Pål Waaktaar og Magne Furuholmen vokste opp på

---

<sup>67</sup> Der annet ikke er markert er informasjonen om a-ha er hentet fra *Boken om a-ha* av Annlise Furuholmen Nøkleby (1985), *We want the world and we want it now – Boka om a-ha* av Tor Marcussen (1985) og Jan Omdahls bok *The Swing of Thing* (2004)

Manglerud i Oslo på 1970-tallet.<sup>68</sup> De bodde i samme borettslag, og fant etter hvert ut at de skulle begynne å spille sammen. I gymnasalder spilte de sammen i bandet Bridges, her var også Viggo Andreas Bonden og Øystein Jevanord med, de spilte henholdsvis bass og trommer. Waaktaar og Furuholmen hadde diskutert hvem som skulle spille gitar i bandet, og det var til sist Waaktaar som trakk det lengste strået. Resultatet ble at Furuholmen begynte å spille tangenter. Bridges var inspirert av artister som The Doors og Jimi Hendrix, og gav ut et album, *Fakkeltog*, som ble utgitt i 1980. Dette var Norges første egenfinansierte LP.

*Fakkeltog* ble trykket i 1000 eksemplarer, og rundt 600 av disse ble solgt. Albumet fikk gode kritikker i pressen og en LP nummer to ble påbegynt under bandnavnet Poems. Mastertapen ble imidlertid stjålet og platen aldri utgitt. I 1979 var Bridges deltakere på NM i Rock. Bandet vant ikke, men Morten Harket var i salen og etter konserten var over, tok han kontakt med bassisten i Bridges, og sa seg interessert i å spille med bandet. Det ble ikke til at Harket ble med i bandet, men en kontakt hadde blitt etablert. Tidlig på 1980-tallet ble Bridges oppløst på grunn av ønsker om å gå ulike musikalske veier. Furuholmen og Waaktaar ble mer opptatt av de nye mulighetene som dukket opp med synth og synthtrommer, og ønsket at bandet skulle bevege seg mer i en slik retning. Bonden og Jevanord ønsket å gå i en mer progressiv retning.<sup>69</sup> Furuholmen og Waaktaar følte etter hvert at de måtte til utlandet for å slå igjennom. På starten av 1980-tallet var London verdens fremste trendby. Det var hit man måtte dra hvis man ønsket å bli sett, således også for musikere. Furuholmen og Waaktaar dro til London for å søke lykken og etter et par turer bestemte guttene seg for at de trengte en tredjemann med på laget. De husket Morten Harket fra perioden med Bridges, og i september 1982 oppsøkte Furuholmen og Waaktaar Morten Harket. Møtet ble fruktbart og de bestemte seg for å starte et samarbeid, Harket skulle bli med over til London. Før de dro, bestemte de seg for å spille inn noen sanger og spare opp litt penger, slik at de hadde råd til å være der en stund.

I januar 1983 dro de tre guttene tilbake til London, og etter en periode med dårlig råd, og forsøk på å skaffe seg en platekontrakt, bestemte trioene seg for å gå i studio igjen. De dro til Rendezvous Studio i Sydenham, i utkanten av London. Det var John Ratcliff som drev studioet. Han likte musikken den norske trioene hadde laget, og gav dem lov til å jobbe i studioet gratis når det var ledig. Ratcliff hadde gode kontakter i musikkbransjen, og han sendte et opptak av a-ha til sin venn Terry Slater. Slater hadde bakgrunn som bassist for The

---

<sup>68</sup> Pål Waaktaar heter i dag Pål (Paul) Waaktaar-Savoy. Etternavnet har han tatt etter sin kone, Lauren Savoy, og Pål skrives i mange engelske sammenhenger Paul. I denne oppgaven bruker jeg kun Waaktaar da den perioden i bandets historie jeg hovedsakelig skriver om er rundt 1985, og da hadde han navnet Waaktaar, ikke Waaktaar-Savoy.

<sup>69</sup> Jevnaord ble senere med en i tidlig utgave av deLillos, og har spilt med a-ha ved flere anledninger, både på plate og live (Eggum 2005:78).



Everly Brothers på 1960-tallet, og hadde siden jobbet med artister som Queen, Sex Pistols og Duran Duran. Slater så potensialet i det han hørte og ble a-ha's manager. Slater promoterte a-ha's musikk hos de store plateselskapene. Etter flere forsøk fikk a-ha kontrakt med den engelske avdelingen til Warner Brothers. Warner ville lage en hel plate med bandet og Tony Mansfield ble leid inn som produsent til innspillingen av a-ha's debutalbum. Albumet fikk navnet *Hunting High and Low*, og ble påbegynt sensommeren 1984.<sup>70</sup> Mot slutten av høsten samme år ble den første versjonen av "Take On Me" utgitt. Denne ble ingen umiddelbar suksess, og det var kun i Norge den solgte noe av betydning. Den første versjonen av "Take On Me" kom inn på VG-lista i Norge, hvor den kom så høyt opp som en tredjeplass i uke 47, 1984. Warner Brothers i England var ikke fornøyde med resultatet.

Det skjedde imidlertid ting i mellomtiden ved at den amerikanske avdelingen av Warner Brothers hadde vist interesse for bandet. De bestemte seg for å utgi "Take On Me" på nytt, men de var ikke helt fornøyd med miksing av sangen. Alan Tarney ble derfor leid inn for å produsere "Take On Me" på nytt. Den nye versjonen måtte også få en ny musikkvideo. Denne jobben ble gitt til regissør Steve Barron. Barron hadde tidligere jobbet med blant andre Madonna og Michael Jackson. Han samarbeidet med animatøren Michael Petterson om tegningene til videoen. Kostnadene på videoen beløp seg til 1,5 millioner kroner, noe som var svært dyrt for en musikkvideo i 1985. Warner Brothers markedsførte musikkvideoen flittig, og videoen fikk høy rotasjon hos MTV. Videoen til "Take On Me" ble utgitt ca. en måned før singelen kom for salg, noe som førte til at det var svært stor etterspørsel etter singelen når den først kom. "Take On Me" ble en suksess. Den toppet hitlistene i 15 land og solgte over fire millioner eksemplarer. Med denne utgivelsen gikk a-ha fra å være et ukjent band til å bli verdensstjerner.

"Take On Me" var hentet fra albumet *Hunting High and Low*. Dette albumet fostret ytterlige to hitsingler; "The Sun Always Shines On Tv" og "Train of Thought". Begge singlene hadde påkostede videoer og dannet sammen med "Take On Me" en trilogi. De neste årene kom det to album til, *Scoundrel Days* (1987) og *Stay On These Roads* (1988), begge produsert av Alan Tarney. Disse albumene etablerte a-ha som et internasjonalt band. I 1990 kom albumet *East of the Sun, West of the Moon*. På denne platen hadde bandet fått et mer organisk uttrykk, noe som var hørbart blant annet ved at bandet hadde begynt å bruke akustiske trommer. Etter deres neste studioplate *Memorial Beach* (1993), tok bandet en pause,

---

<sup>70</sup> Tony Mansfield ble på denne tiden sett på som en stjerneprodusent, og hadde hatt tre singler på de engelske hitlistene med sitt synthpopband New Musik. Mansfield jobbet senere blant annet med The B 52's.  
[http://en.wikipedia.org/wiki/Tony\\_Mansfield](http://en.wikipedia.org/wiki/Tony_Mansfield) [Lesedato 11.02.2006]

og de fleste anså karrièren til a-ha som avsluttet. Harket, Waaktaar og Furuholmen brukte pausen til å fokusere på soloprojekter. Waaktaar startet bandet Savoy sammen med sin kone Lauren. Magne Furuholmen fordypet seg i billedkunst og laget filmmusikk under pseudonymet Timbersound. Morten Harket satset på en solokarriere og gav ut flere album, størst suksess fikk han med det engelskspråklige albumet *Wild Seeds* som ble utgitt i 1995. For dette albumet fikk Harket fire Spellemannspriser, noe som gjør han til den artist som har vunnet flest spellemannspriser i Norge.

a-ha spilte ikke sammen igjen før under Nobelkonserten i 1999, der de presenterte den nye sangen "Summer Moved On". Dette samarbeidet gav mersmak og året etter kom det første albumet fra a-ha på syv år, *Minor Earth/Major Sky*. Dette albumet fostret tre hit-singler, den tidligere nevnte "Summer Moved On", tittelsporet "Minor Earth/Major Sky" og den tidligere Savoy-sangen "Velvet".

To år senere kom albumet *Lifelines*, som skulle bli a-ha's siste album på Warner Brothers. Bandet var ikke helt fornøyd med markedsføringen de fikk og begynte å se seg om etter et nytt plateselskap. Valget falt på Universals tyske avdeling. Deres første, og hittil eneste, plate på Universal, *Analough*, fikk svært gode kritikker. Aftenpostens anmelder Asbjørn Bakke gav *Analough* terningkast 5 og følgende karakteristikkk:

Lekre, vakre og smarte poplåter står i kø, delikat servert med strykere her, Graham Nash-koring der, lure lyddetaljer og fine melodiske vendinger. A-ha har senket skuldrene og det har gjort musikken deres usedvanlig godt.<sup>71</sup>

VGs anmelder Espen A. Hansen gav også terningkast fem til *Analogue*. Han mente at:

a-ha er tilbake med albumet «Analogue», hvor trioens potensial endelig er forløst, en variert utgivelse som ikke levner noen tvil om hvem som er avsenderen.<sup>72</sup>

*Analouge* debuterte på toppen av VG-lista og lå der sammenlagt 23 uker.<sup>73</sup> a-ha hadde fått hjelp av ulike produsenter på albumet. Martin Terefe var hovedprodusent, mens tittelkuttet, "Analogue (All I Want)" var mikset av Max Martin og Micheal Liberte.<sup>74</sup> Dette ble den første a-ha-singelen på 13 år som kom inn på topp ti listen i England.<sup>75</sup> Det er også verdt å nevne at

---

<sup>71</sup> <http://oslopuls.no/musikk/article1150614.ece> [Lesedato 18.10.2006]

<sup>72</sup> <http://www.vg.no/pub/vgart.hbs?artid=295745> [Lesedato 10.10.2006]

<sup>73</sup> [http://lista.vg.no/album\\_info.php?AlbumOp=show&albumId=8924&albumtype=album&albumtype\\_id=1](http://lista.vg.no/album_info.php?AlbumOp=show&albumId=8924&albumtype=album&albumtype_id=1) [Lesedato 10.10.2006]

<sup>74</sup> Max Martin er kjent for å ha jobbet med artister som Britney Spears, Backstreet Boys og Christina Agilera..

<sup>75</sup> <http://www.vg.no/pub/vgart.hbs?artid=143603> [Lesedato 10.10.2006]

*Analogue* ble mikset av Flood.<sup>76</sup> Blant musikerne som deltok på albumet er de svenske musikerbrødrene Sven og Per Lindvall, samt Christer Karlsson. Disse tre utgjør også backingbandet til a-ha når de spiller live.<sup>77</sup>

I norsk musikkhistorie har a-ha en helt særegen plass. Ingen norske band eller artister har oppnådd slik suksess som de har, verken i Norge eller i utlandet. a-ha viste norske musikere at det var mulig for et norsk band å oppnå internasjonal suksess. Senest under starten på siste runde av tv-programmet *Idol* på norsk Tv2, sa Idoldommer og produsent Amund Bjørklund at ”det var a-ha som viste oss at det var mulig å gjøre suksess i utlandet, og det er på grunn av dem at vi prøver å gjøre det igjen”.<sup>78</sup> a-ha beviste at det var mulig for norske musikere å skrive musikk som kunne selge i hele verden. a-ha erobret verden fra England, med hjelp fra USA, og de hadde neppe klart det samme hvis de hadde hatt base i Oslo. Dette er det flere grunner til. Norske plateselskaper hadde ikke hatt ressurser til å bruke like mye penger på et band som det Warner Brothers International hadde. En video med en kostnad på 1,5 millioner kroner i 1985 ville vært uløselig for et norsk plateselskap. Norske bransjepersoner ville heller ikke hatt de samme kontaktene som det bransjepersonene i USA hadde, noe som blant annet ville ført til at de ikke hadde blitt vist like mye på MTV. a-ha`s kraftige rotasjon på MTV med videoen til ”Take On Me” var en viktig brikke for deres internasjonale gjennombrudd. I musikkbransjen dreier det seg ikke nødvendigvis så mye om hvor ”bra” musikk du lager, men ofte mer om hvilke personer du har i apparatet rundt deg og hvor mye penger som blir brukt på markedsføring og produksjon. a-ha`s historie illustrerer dette.

## ”a-ha-effekten” og dens svenske motpart

a-ha er den største kommersielle salgssuksessen hva gjelder musikk fra Norge gjennom tidene. Har det noe å si for andre norske band og artister at et band gjør stor internasjonal karriere? Finnes det noe som kan kalles en ”a-ha-effekt”? I Sverige påstås det at ABBA var med på å åpne dører for landets musikkindustri mot utlandet. Hvor reelt er dette, og er det i så fall tilfellet at a-ha åpnet dørene for at andre norske artister senere skulle kunne

---

<sup>76</sup>Flood er en anerkjent engelsk mikser som blant annet har mikset album for U2, Smashing Pumpkins, Depeche Mode og Erasure. [http://en.wikipedia.org/wiki/Flood\\_%28record\\_producer%29](http://en.wikipedia.org/wiki/Flood_%28record_producer%29) [Lesedato 10.10.2006]

<sup>77</sup> Sven og Per Lindvall spiller henholdsvis bass og trommer, mens Christer Karlsson spiller piano. De er alle høyt respekterte studiomusikere, og Per Lindvall var blant annet turnétrommeslager for ABBA på 1980-tallet.

<sup>78</sup>*Idol* på TV2, 13.01. 2006.

gjøre karriere i utlandet? For å undersøke dette vil jeg først drøfte hvorvidt det har oppstått en ”ABBA-effekt” i Sverige, og deretter se om det har oppstått en ”a-ha-effekt” i Norge.

Norske som svenske musikere har siden The Beatles og The Rolling Stones storhetstid drømt om å slå igjennom i de to forgjettede land, USA og England. Norge blir ofte sett på som lillebror i forhold til vår tidligere unionspartner og naboland Sverige. Dette gjelder også i forhold til populærmusikk. Året 1814 er i norsk historie blitt beskrevet som et annus mirabilis (Seip 2002:15). I norsk populærmusikkhistorie passer denne betegnelsen kanskje bedre på året 1985, da Norge for første gang fikk artister som markerte seg sterkt internasjonalt. Den svenske ekvivalenten til dette må være året 1974. Dette året fikk svenskene sin første nummer en plassering på Billboard Hot 100-listen i USA med bandet Blue Swede og sangen ”Hooked On a Feeling”. Lars Lillestam forklarer Blue Swede sin suksess med at de:

sjöng på engelska och siktade mot den internationella marknaden på ett sett som svenska grupper fram till dess inte gjort (Lillestam 1998:133).

Blue Swede klarte ikke å følge opp suksessen i USA, men de viste at det var mulig å få en hit på det internasjonale platemarkedet hvis man bare våget å satse hardt nok og tilnærmet seg en internasjonal standard på sitt musikalske uttrykk. 1974 var også året hvor bandet Harpo fikk en internasjonal hit med sangen ”Moviestar” (Lillestam 1998:133).

Det er imidlertid ingen av disse bandene ettertiden har husket best. 1974 var året da ABBA fikk sitt store gjennombrudd. De vant dette året Eurovision Song Contest med sangen ”Waterloo”. I motsetning til mange andre artister som har vunnet, fikk ABBA en karriere. Bandet hadde sitt kjernepublikum i Europa, og fikk ni nummer en-singler i England (Lillestam 1998:113). Bandet fikk sin eneste nummer en-hit i USA med ”Dancing Queen” i 1977 (Lillestam 1998:113).<sup>79</sup> Da ABBA la opp i 1982, var de blitt internasjonale superstjerner. Det er antatt at ABBA har solgt over 300 millioner plater på verdensbasis.<sup>80</sup> Etter at ABBA ble oppløst har særlig de to mannlige medlemmene av ABBA har markert seg.

Det er flere forhold som sørget for at ABBA fikk en så stor karriere som det de gjorde. Gruppen laget svært avanserte produksjoner av sin musikk, i Polar Studio i Sverige, som etter datidens målestokk var et svært avansert studio. På 1960-tallet var det vanlig å spille inn 4 låter på et par timer i studio, ABBA brukte flere uker på en låt. Det var mennene i ABBA,

---

<sup>79</sup> Karl French hevder at grunnen til at de aldri oppnådde større suksess enn det de gjorde på den andre siden av Atlanteren skyldes at de ikke prioriterte dette markedet nok (French 2004:88). ABBA hadde riktignok 9 topp 20-singler på Billboard Hot 100 i løpet av sin karriere, så å si at de ikke fikk innpass på det amerikanske markedet er nok å ta litt hardt i. <http://www.zip.com.au/~callisto/usa.html> [Lesedato 31.07.06]

<sup>80</sup> <http://en.wikipedia.org/wiki/ABBA> [Lesedato 01.08.06]

Björn Ulvaeus og Benny Andersson som laget musikken. Sangerne Agnetha Fältskog og Anni-Frid Lyngstad var viktige bidragsyttere til å skape det karakteristiske ABBA-soundet. Alf Björnberg har beskrevet deres sound slik:

Its prominent characteristics are sensuous combinations of diatonic melody and tonal harmony, often involving harmonic motion alternating between two or three chords. A further important factor contributing to Abba's sound is the meticulously crafted production.<sup>81</sup>

ABBA stod i fronten for europop, det vil si fengende sanger som av musikkskribenter ofte ble karakterisert som velpolerte. De tok etter hvert også i bruk diskoelementer i musikken; det dansbare var alltid en viktig side ved ABBA's musikk. Ved siden av det musikalske var også image en viktig faktor for deres store gjennombrudd, eller som Lillestam sier det:

gruppens visuelle og musikalske image var tydelig tilpasset kommersielle strategier og det fornektes ikke (Lillestam 1998:114).

ABBA plasserte Sverige på den internasjonale musikkscenen, og Sverige blir i dag ansett som verdens tredje største eksportør av musikk.<sup>82</sup> ABBA viste at det var mulig å gjøre suksess som svensker på det internasjonale platemarkedet, og deres arbeid banet vei for mange artister etter dem (French 2004:216). Det ble imidlertid ikke et rush av svenske artister som fikk internasjonale karrierer i kjølevannet av ABBA. Det neste bandet fra Sverige som fikk en stor internasjonal karriere var det melodiske hardrock bandet Europe. Europe fikk sitt store gjennombrudd i 1986. Mot slutten av 1980-tallet og starten av 1990-tallet kom det et lite rush av svenske band og artister som klarte å markere seg internasjonalt, blant disse var Ace of Base, A-Teens, Eagle Eye Cherry og Dr. Alban. Den største musikalske eksportartikkelen for Sverige i denne perioden var imidlertid bandet Roxette. Roxette fikk sitt store gjennombrudd i 1989 med albumet *The Look*. Tittelsporet fra denne platen nådde nummer 1 på Billboard Hot 100-listen, og tre av deres senere singler skulle klare samme bragd<sup>83</sup>. Ifølge gruppens offisielle hjemmeside har bandet solgt 45 millioner album og 25 millioner singler.<sup>84</sup> Det kjente svenske bandet The Ark kommenterer i Lydverket på NRK at de har mye å takke

---

<sup>81</sup>

[http://www.grovemusic.com/shared/views/article.html?from=search&session\\_search\\_id=373667053&hitnum=1&section=music.45836](http://www.grovemusic.com/shared/views/article.html?from=search&session_search_id=373667053&hitnum=1&section=music.45836) [Lesedato 17.10.2006]

<sup>82</sup> <http://en.wikipedia.org/wiki/ABBA> [Lesedato 01.08.06]

<sup>83</sup> De andre singlene som toppet Billboard Hot 100-listen var "Listen To Your Heart", "Joyride" og "It Must Have Been Love" (Lillestam 1998:134).

<sup>84</sup> <http://www.roxette.se/> [Lesedato 01.08.06]

ABBA for, både i forhold til hva som gjelder måten de laget fengende musikk på og måten som de bevisstgjorde det utenom-musikalske aspektet ved det å være artist.<sup>85</sup>

I tillegg til artister og band har Sverige også fostret en produsent i verdensklasse, Max Martin. Martin har, som tidligere nevnt, jobbet med internasjonale artister som Britney Spears, Backstreet Boys, Bon Jovi og a-ha, og svært mange av hans produksjoner har fått svært gode salgstall.<sup>86</sup>

På samme måte som norske artister, har svenske artister ofte hatt et marked for sine produkter i Asia. På 1990-tallet var det fremfor alt i Japan. Blant de svenske artistene som har solgt mange plater der finner man Meja Beckman.

Det viktigste med "ABBA-effekten" i Sverige var at artister og musikere så at det var mulig for svenske musikere å lage musikk som hadde en universell påvirkningskraft, altså musikk alle kunne like. "ABBA-effekten" har også ført til at svenske plateselskap har sett mulighetene i utlandet, og tilegnet seg kunnskap som har gjort det mulig for band å slå igjennom utenfor hjemlandets grenser. Denne kunnskapen kom tidlig til Sverige og har ført til at den svenske musikkbransjen har sett mot utlandet i flere år enn det den norske har. Dette kan være en av forklaringene på hvorfor det er flere svenske band og artister som har klart å få et internasjonalt gjennombrudd. Den norske musikkbransjen fikk ikke samme "drahjelp" av a-ha, som den svenske musikkbransjen fikk av ABBA. Dette skyldes at ABBA ble utgitt av Polar, et svensk plateselskap, mens a-ha var signert til et plateselskap som ikke var fra Norge. Effekten av gjennombruddet til disse to gruppene fungerer derfor på forskjellige måter for de ulike landene.

Norges musikalske motpart til ABBA er a-ha. Dette har ikke så mye med det rent stilmessige å gjøre, da disse to bandene er nokså forskjellig i så måte. Likheten ligger i det at begge bandene var de første virkelig store bandet fra sine respektive land. Bandene kan likevel sies å ha en del musikalske fellestrekk i og med at de begge spiller populærmusikk som har iørefallende melodier i fokus og det faktum at begge bandene var og er opptatt av hvordan de tar seg ut og fremstår som artister.

Bobysocks har det til felles med ABBA at begge disse bandene har vunnet den internasjonale finalen av Eurovision Song Contest. I likhet med de aller fleste vinnerne av denne konkurransen klarte ikke Bobysocks å skape seg en internasjonal karriere etter sin seier. Det klarte imidlertid ABBA. Betydningen av Bobysocks seier er ikke den effekten det

---

<sup>85</sup> Lydverket 01.10.06 på NRK.

<sup>86</sup> <http://www.maratone.se/> [Lesedato 31.07.06] og [http://sv.wikipedia.org/wiki/Max\\_Martin](http://sv.wikipedia.org/wiki/Max_Martin) [Lesedato 31.07.06]

hadde i utlandet, men effekten den hadde innad i Norge. Gjennom å vinne denne konkurransen viste de at det var mulig for norske artister å lage musikk som ble likt utenfor landets grenser. Datoen 4. mai 1985 er derfor en viktig dato.

I årene rett etter a-ha's gjennombrudd er det flere norske artister som gjorde det bra i utlandet, deriblant Stage Dolls, TNT, Lene Marlin og Dimmu Borgir. Mange har gjort suksess, men ingen har så langt hatt suksess i det omfanget som a-ha hadde. Dette kan skyldes at det er få artister, etter a-ha, som har hatt et like stort apparat i ryggen, med mye penger å bruke på lansering og produksjon av så vel videoer som musikk.

a-ha's påvirkning ligger i det faktum at bandet viste at det var mulig for norske musikere å "få det til". En annen side av saken er at det på grunn av a-ha kan ha blitt et større fokus i populærmusikkens kjerneområder på at Norge er en musikknasjon som har noe av interesse. "a-ha-effekten" er reel, men det er ikke a-ha sitt verk alene at artister og band, i tiden etter a-ha's gjennombrudd, har fått internasjonal suksess. Effekten av både a-ha's og Bobysocks suksess er en effekt som gjør at andre ser at det er mulig, og på denne måten kan la seg inspirere til å skape sin egen suksess.

## Kapittel 4: Musikkvideoens utvikling og nye trender i musikkbransjen på 1980-tallet

### Innledning

Siden starten av 1980-tallet har musikkvideoer blitt en viktig del av markedsføringen for nye artister, og det er svært få artister som i dag ikke benytter seg av musikkvideoer for å promotere sin musikk. Da a-ha fikk sitt gjennombrudd i 1985, var musikkvideoen allerede blitt en etablert uttrykksform. Hvordan skjedde dette?

Da a-ha skulle lanseres for andre gang på det internasjonale platemarkedet, var det en musikkvideo som banet vei for medias og platekjøperenes oppmerksomhet. Singelplaten ”Take On Me” hadde blitt forsøkt utgitt tidligere uten at den hadde blitt noen stor hit. I Storbritannia solgte singelen ved første utgivelse under 300 eksemplarer. Som nevnt i kapittel 3 var Norge det eneste landet hvor den slo an, ved å komme på 3. plass på VG-Lista i uke 47 i 1984.<sup>87</sup> Da den ble utgitt for andre gang, toppet den hit-listene i ni land, i tillegg til at den hadde svært gode plasseringer i andre land (Omdahl 2004:402). Før singelen ble reutgitt, ble den mikset på nytt, og det ble også laget en ny musikkvideo til sangen.

For å kunne forklare hvorfor musikkvideoen er blitt et viktig verktøy i markedsføringen av nye artister, vil jeg se på hvor denne sjangeren har sine røtter, og hvordan framveksten av MTV var med på å gjøre dette mediet så viktig. Jeg vil også gi en fremstilling av musikkforholdene rundt 1980, og hvordan MTV virket inn på dette. Siden animasjon er en viktig del av a-ha`s video ”Take On Me”, vil jeg også gi en kort framstilling av hvordan musikk og animasjon har blitt kombinert tidligere. Dette kapitlet danner bakgrunnskunnskap til analysen av ”Take On Me” som følger i neste kapitel.

---

<sup>87</sup> [http://lista.vg.no/show\\_list.php?ListsOp=showWeek&week=47&year=1984&listID=1](http://lista.vg.no/show_list.php?ListsOp=showWeek&week=47&year=1984&listID=1) [Lesedato 15.05.2006]  
”Take On Me” nådde til sist til 1.plass på VG-Lista, men dette skjedde først i uke 43 i 1985, altså nesten 1 år etter at den hadde gått inn på liste for første gang.  
[http://lista.vg.no/show\\_list.php?ListsOp=showWeek&week=43&year=1985&listID=1](http://lista.vg.no/show_list.php?ListsOp=showWeek&week=43&year=1985&listID=1) [Lesedato 15.05.2006]



## Musikkforholdene rundt 1980 og framveksten av MTV

Rundt 1980 er det flere hendelser som får stor innflytelse på musikkbransjen. Dette dreier seg både om hvordan musikk blir laget, og hvordan den blir distribuert.

På 1970-tallet ble det solgt færre og færre singelplater. LP-en tok over mye av markedet som singelplaten tidligere hadde hatt. En av grunnene til at singelen hadde hatt en sterk stilling siden rockens inntog i platemarkedet på andre halvdel av 1950-tallet, var at den var mye billigere å kjøpe enn et helt album. De største konsumentene av pop- og rock-plater var unge mennesker, og de hadde ofte ikke så god råd. Et av de første bandene som var med på å utvikle albumet som et selvstendig produkt var The Beatles. Alt fra deres første album *Please Please Me*, utgitt i 1963, hadde The Beatles tenkt på hvordan enkeltlåtene framsto som helhet. På dette albumet er det åtte sanger skrevet av John Lennon og Paul McCartney. Resten av sangene er tatt fra amerikanske R&B sangere, noe som var uvanlig i samtiden (Bench og O'Brian 2004:25). Utviklingen av LP-en fortsatte gjennom hele 1960-tallet og kulminerte på 1970-tallet med de store konseptalbumene. Blant de tidlige konseptalbumene regnes The Beatles' *Sergeant Pepper's Lonely Hearts Club Band* fra 1967. Andre eksempler er Pink Floyds' album *The Dark Side Of The Moon* fra 1973. Utover 1970-tallet ble det mer og mer vanlig å kjøpe hele album og ikke bare singler. Utviklingen gikk også i retning av at artister med kredibilitet satset på album, mens singlen ble sett på som et mer lettbeint medium for en artist. Et resultat av dette var at mange rockeband satset på LP-er, mens popband fortsatte å satse på singelen. En av følgene av at artistene brøt den klassiske treminutters popformelen, ble at flere og flere store amerikanske radiostasjoner konsentrerte seg om å spille LP-musikk (Forsman 1993:24). I USA sank salget av singler med 41 % mens det i England sank med 21 %. Michael Forsman beskriver det slik:

Från att ha varit en inkomstkälla i sin egen rätt hade singelskivan reducerats till ett marknadsföringssinstrument, för LP-skivor (Forsman 1993:24).

I løpet av 1980-tallet steg kostnadene med å lage singler betraktelig på grunn av kostnadene med at *alle* artister måtte ha en video som kunne reklamere for sin singel.<sup>88</sup>

Mot slutten av 1970-tallet hadde platebransjen rasjonalisert produksjonen, distribusjonen og markedsføringen. Dette førte til at markedet kunne deles inn i avgrensede publikumssegment. Det hadde også oppstått faste formler for hvordan en plate skulle

---

<sup>88</sup> Negus sitert i Forsman 1993:24

promoteres. Michael Forsman peker også på at pop og rock mot slutten av 1970-tallet ble konsumert av to generasjoner med fans, de som hadde vært unge på 1950- og 1960-tallet, og en ny generasjon som var vokst opp med rock og pop (Forsman 1993:24). Allikevel sank platesalget i 1978-79 med 11 % i USA og 20 % i England. En av de viktigste grunnene til dette var den økonomiske krisen som hadde rammet verdensøkonomien noen år tidligere. Vekstperioden etter andre verdenskrig hadde stoppet opp, og det oppstod energikrise på grunn av den arabiske oljeboikotten som kom etter krigen i Midtøsten (Furre 2000:221).

Platebransjen la også en del av skylden til salgsnedgangen på at det hadde kommet kassettspillere som var til hjemmebruk, noe som gjorde at det var blitt mulig å kopiere plater hjemme (Forsman 1993:24). Parallelt med at salget sank, økte kostnadene til produksjon og markedsføring. De dyre produksjonskostnadene hadde sin bakgrunn i blant annet dyrere studioutstyr og at det ble brukt lengre tid for å spille inn en ny plate. Det som er dyrt innen kulturindustrien er å lage det første eksemplaret, ikke å trykke opp mange eksemplarer. Platebransjen har høye produksjonskostnader, men lave reproduksjonskostnader (Hesmondhalgh 2002:18-19). På starten av 1980-tallet skulle derimot singelen få fornyet betydning. Mye av grunnen til det var fremveksten av musikkvideoer og MTV.

MTV, Music TeleVison, ble lansert for det amerikanske tv-publikumet den 1. august 1981. Koblingen mellom musikk og bilder var ikke noe nytt, og musikkvideoer var et kjent fenomen for folk flest. Det som var nytt, var at MTV var en kanal som spilte musikkvideoer døgnet rundt, syv dager i uken. Det var altså rammene for presentasjonen av musikkvideoer og selve volumet som var nytt. MTV gjorde det mulig for artister å få markedsført både hvordan de selv så ut, og hvordan deres musikk var. Muligheten for å nå mange mennesker på en gang var nå tilstede.

Grunnen til at MTV kunne etablere seg i USA, var at det fra slutten av 1970-tallet ble opprettet kabel-tv, og med dette fulgte narrowcasting. Narrowcasting er kanaler som spesialiserer seg på en type programmer. Dette gjør at det i stor grad blir mulig å reklamere for en bestemt gruppe mennesker i tillegg. Det ble anslått at rock ville egne seg godt som ungdoms-tv, og på slutten av 1970-tallet hadde enkelte kabelkanaler sine egne programmer for musikkvideoer. Et av disse programmene, "Pop Clips", var MTV's forløper. MTV ble utviklet gjennom et samarbeid mellom Warner Cable Corporation og kredittkortfirmaet American Express.<sup>89</sup> MTV skulle skaffe tilveie unge seere for annonsørene. For å tilpasse seg ungdommenes egen "tid och rum" (Forsman 1993:26), skulle man vise musikkvideoer 24

---

<sup>89</sup> Shore sitert i Forman 1993:26

timer i døgnet. Måten man presenterte musikkvideoer på, ble lånt fra radiostasjoner, og DJ ble på MTV til VJ. Før MTV gikk på luften, ble det gjort grundige publikumsundersøkelser slik at man fant ut både hvilke artister det potensielle publikumet ville se, og hvordan VJ`ene skulle se ut og være. Det gikk ikke mange årene før MTV var blitt en stor økonomisk suksess, og allerede fire år etter oppstarten var bruttooverskuddet på 86,3 millioner dollar (Forman 1993:27). Tidlig på 1990-tallet hadde MTV 28 millioner abonnenter i USA, og dette tallet steg med mellom 1 og 3 millioner per år (Shuker 2001:189). I 1987 fikk Europa sin egen MTV-kanal, MTV-Europe, og det finnes nå egne MTV-kanaler i de fleste verdensdeler. Som man kan se av abonnentstallene fra tidlig på 1990-tallet, utøvde MTV stor innflytelse på den amerikanske plateindustrien. Roy Shuker sier det slik:

Getting their music video on regular MTV play became necessary to ensure chart success, while MTV has become the most effective way to "break" a new artist and to take an emerging artist into star status (Shuker 1998:201).

Et eksempel på hvor viktig musikkvideoen var blitt, kom fra mannen som muliggjorde a-ha`s karriere, Virgin Records-sjefen Jeff Ayeroff. Han påpekte at musikkvideoen gjorde at Talking Heads solgte 3 millioner av hvert album de gav ut i stedet for 700.000, som de hadde gjort uten videoer (Shuker 2001:188). For videre å illustrere musikkvideoens kraft på det amerikanske, og derfor også det globale, platemarkedet kan man se at 80 % av singlene på den Amerikanske Billboard Hot 100-listen i 1991 var representert med en video.<sup>90</sup>

Et annet element som forandret musikkbransjen på 1980-tallet var audiokassetten. Audiokassetten ble masseprodusert så tidlig som i 1964, og var originalt ment å være et system beregnet for diktering, men i løpet av 1970-tallet ble den brukt stadig mer til musikk. Kassettspillerne gjorde at den enkelte kunne kopiere musikk hjemme. Dette førte til at man kunne låne en plate av venner og kopiere den, eller man kunne ta opp musikk man like fra radioen. På 1980-tallet ble Sony`s Walkman introdusert. Walkmanen gjorde at man kunne høre på musikk hvor man ville, og dette førte til at audiokassetten opplevde en stor økning i popularitet. I løpet av 1980-tallet ble det solgt flere audiokassetter enn det ble solgt LPer.<sup>91</sup>

I 1983 kom en stor konkurrent til audiokassetten, CDen. CDen høynet kvaliteten på lydinnspillinger, og var et produkt som firmaene Sony og Phillips hadde utviklet sammen.<sup>92</sup>

---

<sup>90</sup> Riordan sitert i Shuker 2001:189.

<sup>91</sup> [http://en.wikipedia.org/wiki/Compact\\_audio\\_cassette](http://en.wikipedia.org/wiki/Compact_audio_cassette) [Lesedato 17.10.2006]

<sup>92</sup> [http://en.wikipedia.org/wiki/Compact\\_Disc](http://en.wikipedia.org/wiki/Compact_Disc) [Lesedato 18.10.2006]

CD-plater var like dyre å produsere som LP-plater, men de ble solgt for en høyere pris. Dette gjorde at profitten pr. solgte enhet økte.<sup>93</sup>

1980-tallet var også tiåret da trommemaskiner, samplere, synther, sequensere og personlige PCer ble tilgjengelig for menigmann. Dette revolusjonerte måten musikk ble laget på, og lydbilde som mye av musikken som ble utgitt dette tiåret hadde.<sup>94</sup>

Måten man forholder seg til musikk på forandret seg i løpet av 1980-tallet. Med fremveksten av MTV, og lignende kanaler, ble det vanlig å se de som var utøverne av musikken. Dette førte igjen til et økt fokus blant artister på utsende og image. Walkmanen gjorde at det nå ble lettere å få med seg musikk hvor man måtte ønske og CDen gjør at lydkvaliteten på det man hører øker. Den teknologiske utviklingen på instrumentfronten gjør at hvordan musikk høres ut og hvordan musikk blir laget forandret seg.

For å trekke tråden til a-ha var musikkforholdene på 1980-tallet en viktig bidragsyter til at de fikk suksess. I a-ha's tilfelle er det to av disse forholdene som spilte sterkt inn. Det ene forholdet er måten musikk blir laget på. Synther og trommemaskiner er viktige elementer i a-ha's musikk. Hvis dette ikke hadde vært tilgjengelig hadde bandet fått et radikalt annerledes lydbilde. Det andre forholdet som spiller inn på a-ha's suksess er fremveksten av MTV. a-ha's plateselskap, Warner Bros., inviterte MTV til å være med under innspillingen av musikkvideoen til "Take On Me". Resultatet av dette var at MTV gjorde en dokumentar om innspillingen av denne musikkvideoen. Musikkvideoen til "Take On Me" ble spilt på MTV i over tre uker før singelen ble sluppet på det amerikanske platemarkedet. Dette gjorde at allerede før "Take On Me" var å få kjøpt, var det veldig mange som hadde hørt sangen. Et behov ble skapt.

---

<sup>93</sup>

[http://www.grovemusic.com/shared/views/article.html?from=search&session\\_search\\_id=764339301&hitnum=11&section=music.46845.3.5](http://www.grovemusic.com/shared/views/article.html?from=search&session_search_id=764339301&hitnum=11&section=music.46845.3.5) [Lesedato 18.10.2006]

<sup>94</sup>

[http://www.grovemusic.com/shared/views/article.html?from=search&session\\_search\\_id=764339301&hitnum=11&section=music.46845.3.5](http://www.grovemusic.com/shared/views/article.html?from=search&session_search_id=764339301&hitnum=11&section=music.46845.3.5) [Lesedato 18.10.2006]

## Musikkvideoens røtter

Hva er så egentlig en musikkvideo? Ifølge oppslagsverket New Grove er en musikkvideo en type kort film:

..whose soundtrack exclusively or predominantly consists of a popular song, and which is intended for television presentation with the purpose of promoting a recording of the song.<sup>95</sup>

Siden starten av 1980-tallet har musikkvideoen vært et viktig verktøy i markedsføringen av artister og band. At dette mediet fikk så stor gjennomslagskraft som det gjorde, kan i hovedsak tilskrives to faktorer. Den første er mediet selv, altså tv-kanalen MTV. Den andre faktoren er mulighetene som dette mediet gav ved at musikkvideo hjelper artisten i å nå ut til mange potensielle platekjøpere på en gang. Og i motsetning til på radio, fikk publikumet nå mulighet til å se artisten. Det visuelle aspektet ved musikken ble derfor viktig. Musikkviteren Stan Hawkins peker på det faktum at mange av artistene så de nye fordelene og også gjorde seg avhengige av denne synligheten. Som et eksempel trekker han fram Madonnas album *Like a Virgin* som solgte 3,5 millioner plater på fjorten uker, og det før hun hadde dratt på turné (Hawkins 2002:36). Denne måten å eksponere seg på gjorde at artistene "started to gain control of their image alongside their music in new and exciting ways" (Hawkins 2002:36).

"Bohemian Rhapsody" med gruppen Queen blir regnet for å etablere musikkvideo-mediet (Strøm 1989:11). Når denne videoen ble vist på "Top of the Pops" i Storbritannia i 1975, lå den på 30. plass på de britiske hitlistene. Uken etter at videoen ble vist lå den blant de fem mest solgte singlene i landet. Dette viste at "visual clips could directly effect sales".<sup>96</sup> Men røttene til koblingen mellom musikk og levende bilder er selvsagt mye eldre enn dette. Den første koblingen mellom musikk og levende bilder fant sted i Paris den 28. desember i 1895, da en film laget av brødrene Lumière ble vist mens en pianist akkompagnerer bildene (Brown 1994:12). Nå er det riktignok en lang vei fra denne hendelsen og fram mot det som blir regnet som den første musikkvideoen, men koblingen mellom film og musikk var blitt presentert. Det vi i dag tenker på når vi ser en musikkvideo har blitt til gjennom en dialektikk mellom tv, film og reklame.

---

95

[http://www.grovemusic.com/shared/views/article.html?from=search&session\\_search\\_id=147186098&hitnum=8&section=music.41857](http://www.grovemusic.com/shared/views/article.html?from=search&session_search_id=147186098&hitnum=8&section=music.41857) [Lesedato 12.03.2006]

<sup>96</sup> Mcgrath sitert i Williams 2003:22.

Den norske medieforskeren Gunnar Strøm trekker i sin bok *Musikkvideo*, fra 1989, opp de to røttene som har hatt mest å si for musikkvideoens utvikling, filmmediet og tv-mediet. I det følgende skal jeg gi en kort gjennomgang av disse, og starte med filmmediet.

## Musikk på film

I film er musikkens rolle som oftest å underbygge handlingen, enten på et psykologisk plan eller ved å være med på å skape en atmosfære av et bestemt miljø eller tidsom.<sup>97</sup> Når musikk blir brukt på denne måten, har den ikke vært en direkte forløper til musikkvideoen.

Rock n` roll og film henger godt sammen. Gjennom filmmediet fikk rocken sitt møte med den norske publikum i 1956. Dette skjedde gjennom filmen *Rock Around The Clock*. Det originale i denne filmen er at Bill Haley and The Comets spilte ”Rock Around the Clock” og andre rock´n´roll-låter gjennom hele filmen. Her får altså kinopublikum *se* hvordan bandet spilte sangene.<sup>98</sup> Det er imidlertid Elvis Presleys filmer som har hatt lengst levetid av filmene som så sitt lys på 1950-tallet. Hans filmer *Jailhouse Rock* fra 1957 og *King Creole* fra 1958 har en rekke musikalske innslag. Blant annet har tittelmelodien fra *Jailhouse Rock* har hatt stor innvirkning på musikkvideoen som sjanger. Her bruker Elvis stiliserte kulisser under en dansesekvens. Det er allikevel et fåtall av rockefilmene fra denne perioden som har hatt stor påvirkning på musikkvideoen, hevder Strøm (Strøm 1989:15). Men de er allikevel viktige i denne sammenhengen fordi de er med på å bane vei for filmene som kom utover på 1960- og 1970-tallet. På denne måten blir de et viktig fundament for senere filmer. Musikkfilmene på denne tiden har også et annet viktig fellestrekk med dagens musikkvideoer. De fungerte som markedsføring for artistene.

Musikkvideoenes estetiske røtter finner man spor av i fransk og tysk filmkunst fra 1920- og 1930-tallet (Strøm 1989:15). Den første musikkfilmen som har hatt stor påvirkning på musikkvideoen som en selvstendig uttrykksform, er The Beatles sin film *A Hard Day`s Night*, fra 1964. Sangene ”Can`t Buy Me Love” og ”I`m happy Just To Dance With You” fra denne filmen står som eksempler på tidlige musikkvideoer (Strøm 1989:18). De to første Beatles-filmene skilte seg fra tidligere musikkfilmer. Både i *A Hard Day`s Night* og i *Help*, fra 1965, spilte medlemmene i The Beatles seg selv, noe for eksempel Elvis Presley ikke

---

<sup>97</sup> Dette er to av fem funksjoner filmmusikk har ifølge filmhistorikeren Roy Prendergast (1992:213-216)

<sup>98</sup> Innen filmvitenskapen heter musikk som både de som medvirker i filmen og tilskueren kan se source music. Dette er det motsatte av underscoring, musikk som bare tilskueren kan høre (Karlin og Wright 2004:186).

gjorde i de fleste av sine filmer.<sup>99</sup> Disse Beatles-filmene handlet om hvordan det var å være et popidol, og filmene vokste fram gjennom et ”unikkt samspill mellom datidens popkunstideologi og tradisjonell engelsk humor”.<sup>100</sup> Michael Forsman har beskrevet grunnen til de engelske musikkfilmenes store påvirkning slik:

Popfilmerna var fyllda av metagrepp, inommediala referenser och lättsamma ironier gällande imagemaking och varuestetik (Forsman 1993:10).

The Beatles laget musikkvideoer blant annet til sangene ”We Can work It Out”, 1965, og ”Paperback Writer”, 1966. Da The Beatles sluttet å turnere var musikkvideoene med på å gi bandet økt oppmerksomhet. Den svenske avantgard-filmskaperen Peter Goldman laget videoer til singlene ”Penny Lane” og ”Strawberry Fields Forever”, begge fra 1967. Disse videoene er ifølge Gunnar Strøm de ”første frie assosiative og kollasjprega videoene” (Strøm 1989:29).

Som et resultat av cinema direct-sjangeren, som oppstod i USA tidlig på 1960-tallet, oppstod dokumentarfilmer som så tok for seg rock som emne (Strøm 1989:20).<sup>101</sup> Slike dokumentarer kalles for Rockumentaries og har ifølge Forsman fire underkategorier; konsertfilmer, turnèfilmer, sessionfilmer og minnefilmer (Forsman 1993:11). I det følgende skal jeg gå nærmere inn på disse.

Mange av de store konsertene på 1960-tallet ble filmet. Konsertfilmer fra slutten av 1960-tallet har utøvd stor innflytelse på musikkvideomediet. Festivalene Monterey Pop og Woodstock, begge 1968, ble filmet, og i ettertid ble det utgitt filmer sammensatt fra disse konsertene. Forsman mener at disse filmene foregår på tre plan; bilder fra scenen, bilder fra publikum og til ”evenemanget mer fristående assosiativa motiv, med oppgift att så att säga ”bildliggöra” musikens kraft” (Forsman 1993:11). Konsertfilmene har gitt inspirasjon til utallige musikkvideoer som utspiller seg på en scene hvor man ser bandet spille. Særlig innenfor ulike heavysjangere er dette utbredt, for eksempel på musikkvideoen til ”The Final Countdown” fra 1986, med gruppen Europe. Selv om det i utgangspunktet var konsertfilmene som påvirket musikkvideosjangeren, snudde pendelen på midten av 1980-tallet. Konsertfilmer som *Stop Making Sense* fra 1984, med Talking Heads og *Rattle And Hum* med U2 fra 1988, er

---

<sup>99</sup> I kjente Elvis Presley filmer som *Jailhouse Rock* og *Blue Hawai* spiller Presley en oppdiktet rollefigur, ikke seg selv. Tematisk handlet de fleste Elvis Presley-filmene om hvordan man oppnådde stjernestatus, om hvordan man ble en ”Self made-man” (Forsman 1993:10).

<sup>100</sup> Min oversettelse fra Forsman 1993:10.

<sup>101</sup> Cinema direct er en ”antropologisk inspirert dokumentarfilmtradisjon som legger stor vekt på at filmmediet skal brukes i et åpent samarbeid med de som filmes”.

<http://www.znett.com/z.php?id=528> [Lesedato 18.05.2006]

ganske frie i forhold til det realistiske paradigmet som hersket i konsertfilmene fra 1960-tallet. Her er det for eksempel utstrakt bruk av slow motion og visuelle effekter (Forsman 1993:11).

Turnéfilmer er filmer som skildrer turnélivet, både på og av scenen. I denne sjangeren er filmen *Don't Look Back* fra 1965 med Bob Dylan i hovedrollen en av de store stilskaperene. Skildringer av hva som skjer backstage har også blitt gjort i musikkvideoer. Guns `n Roses video til "Paradise City" er her et godt eksempel. For å gi opptaket mer autentisitet er mye av filmingen i slike videoer ofte gjort i "dårlig kvalitet", det vil si at bildene ofte er kornete, ved at kameraføringen er litt skranglete og ved at billedkomposisjonene tidvis er amatørmessige. Ved hjelp av disse virkemidlene føler seeren seg som en voyeur (Forsman 1993:11).

Sessionfilmer er filmer som beskriver hvordan et band har jobbet fram en plate i studio. Et godt eksempel på dette er filmen *Some Kind Of Monster*, fra 2004, som handler om prosessen med å spille inn Metallicas album *St. Anger*. I musikkvideosammenheng kan man også trekke fram et eksempel fra Metallica, nemlig deres video til sangen "One".

Minnesfilmer er i følge Forsmans definisjon "rockumentärer där formålet för betraktelsen själv er död" (Forsman 1993:12). I slike filmer blir gjerne arkivmateriale, for eksempel snutter fra konserter, intervjuer og tidstypiske miljø og stemningsbilder, klippet sammen. I musikkvideosammenheng blir dette gjerne brukt når artisten som det blir laget video for allerede er død.

Pop og rock har vært en naturlig del av tv-mediet siden det slo igjennom tidlig på 1950-tallet, hevder Gunnar Strøm (Strøm 1989:21-22). Som eksempler på dette nevner Strøm at Elvis brukte tv til å gjøre seg kjent for det store publikum i 1956. The Beatles sitt gjennombrudd i USA kan også tilskrives tv-mediet. Hadde det ikke vært for deres opptreden hos Ed Sullivan i 1964, hadde nok vår oppfattelse av populærmusikk vært ganske annerledes i dag. Den tetteste koblingen mellom musikkartister og tv kom i forbindelse med hitlisteprogrammer som for eksempel "Your Hit Parade" som var veldig populær i USA under hele 1950-tallet (Strøm 1989:22).

Delvis som et resultat av The Beatles sin suksess med *A Hard Day's Night*, lanserte amerikaneren Bob Rafelson en ny kombinasjon av pop- og tv-underholdning. Det han lanserte var serien "The Monkees" i 1966. The Monkees var et medieskapt band og fikk hard medfart av kritikere i sin samtid. Samtidig klarte de å toppe både album- og singellisten i USA under sin karriere. Sangene som ble brukt under tv-serien framstår som selvstendige, og



har på denne måten mye tilfelles med dagens musikkvideoer (Strøm 1989:24). The Monkees laget også et videoalbum, *Elephant Parts*, som har hatt stor påvirkning på musikkvideoen.

## Animasjonsfilm

Bruk av ulike animasjonseffekter er et svært viktig uttrykksmiddel i musikkvideoer. Også dette har en lang historie, først og fremst fra film. I 1927 hadde filmen *The Jazz Singer* premiere. Denne filmen inneholder en vokalsekvens som er synkronisert med bilde, og dermed var man et skritt nærmere lydfilmen. Lydfilm ble imidlertid møtt med stor skepsis av de store filmstudioene i Hollywood (Prendergast 1992:19, Whitehead 2004:45). Walt Disney så muligheten til å kombinere bilde og lyd som et stort potensial for sine tegnefilmer. Dette potensialet ble virkeliggjort med tegnefilmen *Steamboat Willie*. Denne tegnefilmen hadde Mikke Mus i hovedrollen, blir gjort ferdig i 1928. Prosessen med å lage denne tegnefilmen var svært dyr, en konsekvens av dette var at *Steamboat Willie* holdt på å knekke Dineys økonomi.

1928 er også året hvor teatermusikeren Carl Stalling ble hentet inn av Disneystudioet. Stalling blir den første ”musical director” som har ansvaret for animasjonsfilm. Det var Stalling sin idé å lage en animasjonsfilm som kun var basert på et musikkstykke. Denne idéen leder fram til animasjonsfilmen *Skeleton Dance* som hadde premiere i 1929. *Skeleton Dance* var den første filmen i serien med *Silly Symphonies* fra Disney-konsernet (Beck 2004:36). *Silly Symphonies*-serien ble svært populær i årene mellom 1933 og 1937. I 1939 fikk en film i *Silly Symphonies* serien Oscar for beste animasjonsfilm.<sup>102</sup> Dette var slutten for *Silly Symphonies*, men serien kom til å fungere som inspirasjon for andre studioer (Strøm 1989:16). Et eksempel på dette er serien *Merrie Melodies* som ble distribuert av Warner Bros. i perioden mellom 1931 og 1969. *Merrie Melodies* ble skapt av produsenten Leon Schlesinger, og var laget over samme lest som Disney`s *Silly Symphonies*. Musikken som ble brukt i *Merrie Melodies* var hentet fra Warner Bros. sin musikk-katalog.<sup>103</sup> Dette gjorde at tegnefilmene også fungerte som reklame for sangene som ble brukt, ikke ulikt dagens bruk av musikkvideoer.

---

<sup>102</sup> Det var Disney-studioet som vant Oscar for beste animasjonsfilm også i 1938, for ”Ferdinand The Bull”, men denne filmen var ikke inkludert i *Silly Symphonies* serien.

<http://www.toonopedia.com/sillysym.htm> [Lesedato 14.03.2006]

<sup>103</sup> [http://en.wikipedia.org/wiki/Merrie\\_Melodies](http://en.wikipedia.org/wiki/Merrie_Melodies) [Lesedato 14.03.2006]

Den helanimerte gruppen The Archies som var kjent fra tv-serien *The Archie Comedy Hour* og *Archies` Funhouse* gikk til topps på begge sidene av Atlanterhavet i 1969 med sangen "Sugar, Sugar". Gruppen fikk tre topp 40-singler uten at noen visste hvem det var som spilte og sang, publikum var kun kjent med det tegnede bandet (Strøm 1989:25). Dette kan vi finne en parallell til i bandet Gorillaz, som er populære nå. Alle videoene til dette bandet er hel animerte. Bak bandnavnet står noen av de meste kjente britiske musikerne de siste årene, som for eksempel vokalistene fra Blur.

Det er filmen *Yellow Submarine* med The Beatles, fra 1968, som gjør moderne tegnefilm kjent for et større publikum. Det som var nytt med denne filmen var at filmens chief artist, Heinz Edelmann, hadde nye tanker om hvordan filmen skulle settes sammen. Jerry Beck beskriver hvordan Edelmanns gjorde dette:

He thought that the film should be a series of interconnected shorts, as it would keep the interest going until the end. It was an effective approach, and a technique that broadened the visual imagination of animated films (Beck 2004:218)

The Beatles hadde lite å gjøre med denne filmen. *Yellow Submarine* var et resultat av ideene til regissøren, George Dunning, Heinz Edelmann og The Beatles sin musikk (Strøm 1989:19). I samme åndedrag kan det være verdt å nevne at The Beatles fra høsten 1965 og fire år fremover hadde sin egen tegneserie på den amerikanske tv-kanalen ABC (Strøm 1989:25).

I 1982 hadde filmen *The Wall* premiere. Denne filmen er basert på handlingen fra Pink Floyds konseptalbum med samme navn og inneholder over 15 minutter med animasjon. Filmen ble regissert av Alan Parker, mens Gerald Scarfe hadde ansvaret for animasjonssekvensene (Bench og O`Brian 2004:99-106).

Ved starten av 1980-tallet gjennomgikk videomediet en kraftig utvikling på den tekniske siden. Særlig var utviklingen som skjedde innen datateknologi på denne tiden viktig. Denne utviklingen skapte helt nye muligheter for videomediet, og det er her særlig viktig å merke seg overgangen fra analog til digital behandling av videosignalene. Nye typer med billedmikser, digitale videoeffektmaskiner og ulike paintboks-systemer var også viktige faktorer (Strøm 1989:60). Musikkvideoer fungerte på denne tiden ofte som utstillingsvindu for tekniske nyvinninger. Et eksempel på dette kan være Dire Straits videoen "Money For Nothing" som ble brukt som reklame for tidens nye datamaskiner til Bosch (Strøm 1989:61).

Hvordan animasjon ble brukt i a-ha`s musikkvideo "Take On Me" kommer jeg tilbake til i neste kapittel.

## Kapittel 5: "Take On Me" - analyse

### Innledning

a-ha's første singel "Take On Me" er velkjent for de fleste nordmenn. Denne sangen og musikkvideoen er noe som de fleste som vokste opp på 1980-tallet husker. Den blir sett på som enestående i norsk populærmusikksammenheng. a-ha inspirerte en hel generasjon ved å vise at man kunne klare seg i det internasjonale musikkmarkedet selv om man var norsk. I det følgende vil jeg gi en analyse av musikkvideoen til "Take On Me". Videre vil jeg drøfte hvilken rolle musikkvideoen hadde for å gjøre sangen til en hit.

### Historien om "Take On Me"

"Take On Me" var den første, og til nå eneste, singelen fra et norsk band som har nådd toppen av Billboard-listen i USA. "Take On Me" har ved flere anledninger blitt kåret til en av verdens beste musikkvideoer.<sup>104</sup> Under MTV's Video Music Awards i 1986 var "Take On Me" nominert i 8 kategorier. Den vant 6 av prisene, deriblant prisene for Best Video Concept, Best Experimental Video, Best Special Effects in a Video og Viewer's Choice prisen.<sup>105</sup> a-ha's andre musikkvideo "The Sun Always Shines On TV" var nominert i 3 kategorier. Den vant to av disse prisene.<sup>106</sup> Som et annet eksempel på denne sangens popularitet kan det nevnes at den er blitt spilt over 2 millioner ganger på amerikansk radio, noe som vil si at hvis den hadde blitt spilt sammenhengende, ville spilletiden ha blitt 12 år.

De første skissene på det som skulle bli "Take On Me", ble laget av Magne Furuholmen og Paal Waaktaar mens de jobbet sammen i Bridges. Når Furuholmen og Waaktaar

---

<sup>104</sup> "Take On Me" ble kåret til den tredje beste popvideoen i historien av britiske Channel 4. [http://www.channel4.com/entertainment/tv/microsites/G/greatest/pop\\_videos/results.html](http://www.channel4.com/entertainment/tv/microsites/G/greatest/pop_videos/results.html) [Lesedato 27.05.2006] Av musikkvideo-kanalen VH1 er "Take On Me" kåret til den 8 beste musikkvideoen gjennomtidene.

<http://www.rockonthenet.com/archive/2001/vh1videos.htm> [Lesedato 27.05.2006]

<sup>105</sup> "Take On Me" vant også priser i kategoriene for Best New Artist Video of the Year og for Best Director of a Video. Steve Barron som regiserte Take On Me var nominert for to videoer som beste regissør, den andre videoen var for Money For Nothing med Dire Straits. a-ha var nominert i kategoriene for Best Video Of The Year og Best Group Video Of The Year uten å vinne. Begge disse prisene ble vunnet av Dire Straits med Money For Nothing. <http://theenvelope.latimes.com/extras/lostmind/year/1986/1986mtvv.htm> [Lesedato 27.05.2006]

<sup>106</sup> The Sun Always Shines On Tv vant priser i kategoriene for Best Cinematography in a Video og Best Editing of a Video, men nådde ikke opp i kategorien for Best Art Direction in a Video. <http://theenvelope.latimes.com/extras/lostmind/year/1986/1986mtvv.htm> [Lesedato 27.05.2006]

senere, sammen med Morten Harket, jobbet fram sanger til sitt band, kom den fram igjen, og denne gangen fikk den navnet "Lesson One" (Marcussen 1985:21). Etter enda mer bearbeidelse fikk sangen navnet "Take On Me". "Take On Me" var den første utgivelsen fra a-ha, men som jeg har redegjort for før, ble den ingen stor suksess. Selv om "Take On Me" ikke hadde blitt den store suksessen som den engelske avdelingen av Warner Bros. hadde håpet på, fanget den amerikanske delen av selskapet opp a-ha, og var villige til å satse videre på dette bandet. Resultatet av dette var at a-ha gikk i studio på nytt for å spille inn en ny versjon av "Take On Me", denne gangen med Alan Tarney som produsent. Resultatet ble den "kjente" versjonen av "Take On Me". Denne versjonen ble utgitt først i England uten at den ble noen stor suksess, noe som delvis skyldes manglende markedsføring fra den engelske avdelingen av Warner Bros. (Marcussen 1985:25). Før "Take On Me" ble utgitt for andre gang, hadde det blitt laget en ny video for å promotere sangen. Da den ble utgitt på nytt, skulle den komme til å toppe hitlistene i 9 land, og få svært gode plasseringer i mange andre land, deriblant England.

I det følgende vil jeg kalle de to ulike innspillingene for versjon en og versjon to.

## Musikkvideoene til "Take On Me"

Det ble laget to ulike versjoner av videoen til "Take On Me". En var for å promotere den første utgivelsen av sangen laget i England i 1984. Den andre versjonen var en amerikansk-produsert versjon som ble laget for å promotere den andre utgivelsen av sangen. Det er den andre versjonen av "Take On Me" som i ettertid er den mest kjente, og denne videoen er stadig med i kåringer over tidenes beste musikkvideoer.

Andreversjonen av musikkvideoen til "Take On Me" var en av de første videoene som blandet levende film og animasjon. Videoen ble regissert av Steve Barron. Barron er engelskmann, og han startet sin karriere som assisterende kameramann på filmer som *A Bridge Too Far*, fra 1977, og *Superman*, fra 1978. Han debuterte som filmregissør i 1984 med filmen *Electric Dream*. Han har senere blant annet regissert filmene *Teenage Mutant Ninja Turtles* fra 1990, og *Coneheads* fra 1993.<sup>107</sup> Det er imidlertid som regissør av musikkvideoer Steve Barron er mest kjent. Den første musikkvideoen han regisserte var "Strange Town" med The Jam i 1979. Barron fikk imidlertid sitt virkelig store gjennombrudd da han regisserte

---

<sup>107</sup> <http://www.imdb.com/name/nm0006625/> [Lesedato 17.10.2006]

musikkvideoen til "Billy Jean" av Michael Jackson (Marcussen 1985:71). Av andre musikkvideoer han har regissert er det verd å nevne "Burning Up" med Madonna og "Money For Nothing" med Dire Straits. Han har også jobbet med artister som Human League, Culture Club, Bryan Adams, Tears for Fears, Def Leopard, Paul McCartney, ZZ Top og TOTO.<sup>108</sup> Steve Barron er velrespektert som regissør for musikkvideoer, og i løpet av sin karriere har han jobbet med mange av verdens ledende artister. Barron har samarbeidet med a-ha en rekke ganger, 7 i tallet.<sup>109</sup>

## Animasjonen

For å lage animasjonene i "Take On Me" ble animatøren Michael Patterson leid inn. Han hadde fått sitt gjennombrudd på grunn av sin eksamensfilm "Computer". En film som skilte seg ut fra tradisjonell tegnefilm med "portrettlikskapen sin, tekningane som heile tida "står og skjelv", og den urolege, nærast rastause stemninga" (Strøm 1989:61). Denne eksamensfilmen hadde vakt interesse hos Warner Brothers Senior Vice President, Jeff Ayeroff. Ayeroff ventet bare på å bruke Patterson til den rette artisten dukket opp, og som kunne lanseres ved hjelp av en musikkvideo som benyttet seg av denne teknikken. Den rette artisten skulle vise seg å være a-ha.

Teknikken som Patterson brukte for å blande realfilm og animasjonsfilm kalles for rotoskop. Rotoskopet ble utviklet av Max Fleischer. Denne teknikken går ut på at man kan bruke scener fra realfilm, og ved å ta for seg bilde for bilde kan man lage en veldig virkelighetstro animasjon (Beck 2004:17). Teknikken ble utviklet tidlig på 1900-tallet, og Fleischer tok patent på teknikken i 1917. Den første som tok i bruk denne teknikken var "Out Of The Inkwell". Senere ble denne teknikken brukt på andre tegnefilmer fra Fleischer studioet, deriblant i noen av episodene av "Betty Boop" fra tidlig på 1930-tallet. Walt Disney brukte rotoskopering under sin animerte langfilm "Snøhvit og de syv dvergene" for at "Prince Charming" skulle se så levende som mulig ut. I realfilm-sammenheng er det meste kjente eksempelet i George Lucas sine tre første *Star Wars* filmer. Lasersverdeeffekten som Lucas får frem blir laget av rotoskop.<sup>110</sup>

---

<sup>108</sup> <http://www.mvdbase.com/tech.php?last=Barron&first=Steve> [Lesedato 27.05.2006]

<sup>109</sup> <http://www.a-ha.com> [Lesedato 27.05.2006] og *The Living Daylights* DVD.

<sup>110</sup> <http://en.wikipedia.org/wiki/Rotoscope> [Lesedato 28.05.2006]

Videoen til ”Take On Me” ble spilt inn i England, og scenene fra kaféen ble spilt inn på Kim`s Cafè.<sup>111</sup> Musikkvideoen var svært kostbar og regningen kom på 1,5 millioner norske kroner. Det var også en tidkrevende prosess å få fram det ferdige produktet, som var en blanding av realfilm og animasjonsfilm. Det ble da også brukt 4 måneder på å lage videoen (Strøm 1989:62).

## Første versjon

Den første, og ukjente, versjonen av ”Take On Me” blir ofte kalt for The Blue Versjon.<sup>112</sup> Dette har to grunner, videoen er spilt inn med bluescreen bak bandet, og innholdet var bluferdig. Til innspillingen av videoen ble det leid inn proffe stripdansere og modeller (Marcussen 1985:70). Den endelige versjon inneholdt kun et fåtall bilder av lettkledder damer som drev med akrobatikk over skjermen, men i utgangspunktet var det tenkt at disse damene skulle få en mer sentral rolle enn det som ble resultatet til slutt. Plateselskapet ville distansere seg fra andre synth-artister i samtiden som spilte på homofile trender, som for eksempel Frankie Goes To Hollywood. Denne videoen har mange nærbilder av bandet, og da særlig av Morten Harket som står og synger i en oppskåret t-shirt, (se bilde 1). Utover det er det bilder av både Furuholmen og Waaktaar som spiller henholdsvis synth og kassegitar. Noen av klippene inneholder bilder der det er to bilder samtidig, som eksempel bilde 2. Videoen har ikke et handlingsforløp, men konsentrerer seg kun om bandet som står og spiller, ispedd noen klipp av dansere som danser over skjermen (se ruten i bilde 2 og bilde 3). I forhold til versjon 2 har sangen lik oppbygging men det er likevel store forskjeller. Leadsynthen har en helt annen og mer hul lyd. Første del av broen har pålegg av noen støt som er helt annerledes enn slik broen er i den andre versjonen av sangen.

---

<sup>111</sup> <http://www.a-ha.com> [Lesedato 28.05.2006]

<sup>112</sup> Min beskrivelse av videoen baserer seg på videoen fram til og med siste refreng, outroen er kuttet fra den versjonen av videoen jeg har klart å skaffe til veie, det vil si til 2:55 ut i sangen.

Bilde 1:



Bilde 2:



Bilde 3:



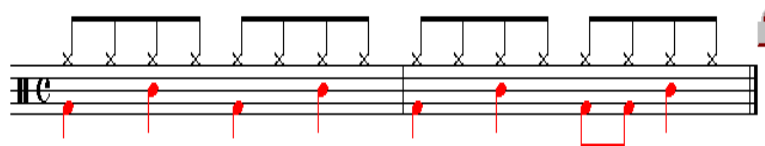
## Andre versjon

Den andre versjonen av "Take On Me" har en "VCB" form<sup>113</sup> og sangen er 3:49 lang. Sangen går i 4/4 taktart, og tonearten er e-dur. Gangen på sangen blir da som følger:

Intro – vers – refreng – vers – refreng – bro A – bro B – vers - refreng

Introen går over 24 takter og bygger seg opp mot verset ved at det gradvis blir flere instrumenter. I de fire første taktene er det kun synth-trommer, deretter kommer synthen inn, og etter fire nye takter kommer synth-bassen inn. Etter de første 12 taktene kommer så sangens hookline (Shuker 1998:168), som blir spilt på synth. Det går faktisk hele 35 sekunder før verset starter. På verset åpner sangen seg, og det blir gjort god plass til vokalen, og på de to siste taktene før refrenget kommer synthen inn med en pad, som en oppbygging til refrenget. Trommerfiguren er en av sangens mest fremtredende elementer, og skaper det jeg vil kalle et statisk driv i sangen, se figur 1. Trommene driver sangen fram. Rytmask er refrenget bygd opp i en ABBA-form. På refrenget legger synthbassen seg på "fire flate" som sammen med de statiske synthtrommene gir et ekstra skyv i sangen. Refrenget er på 16 takter, unntatt siste refreng som har en hale. På refrengets B-del går trommene over i half-time, se figur 2. Dette skaper rytmask variasjon, før man går tilbake til trommegroovet. Refrenget er videre bygd opp i en "call and respons" –form.<sup>114</sup> Harket synger tekstlinjene i refrenget før de blir gjentatt. Dette er forøvrig det eneste stedet i sangen hvor det blir brukt koring. Broen er bygd opp på samme måte som introen og er instrumental. 12 takter ute i broen stopper trommegroovet, og synth-hooken fra introen kommer igjen.

Figur 1:

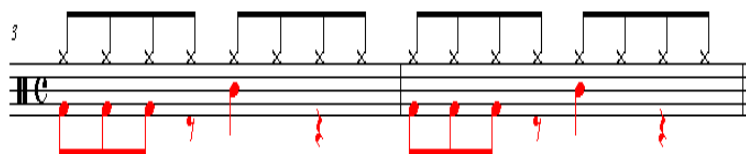


<sup>113</sup> Dette uttrykket er lånt fra Alf Björnberg og står for Vers Chorus Bridge form (Björnberg 1993:6).

<sup>114</sup> Call and response blir ofte brukt innen gospelsjangeren, og ifølge Olly Wilson er dette en av trekkene hvor Afrikanske musikktradisjoner har vært med på å påvirke vestelig populærmusikk (Danielsen 2001:25).



Figur 2:



## Handlingen

I motsetning til mange videoer rommer "Take On Me" et klart definert handlingsforløp. Handlingen starter i en kafé hvor en ung dame, spilt av skuespilleren Bunty Bailey, sitter og leser i en tegneserie. Tegneserien handler om et motorsykkelfrase. Morten Harket deltar i dette racet og vinner. Etter at Harket har vunnet racet, blunker han til jenta, og strekker deretter ut hånden sin fra tegneseriebladet mot jenta. Harket drar henne inn i sin tegneserieverden, hvor vi får se Magne Furuholmen og Paal Waaktaar spille. Etter en stund kommer Harket og jenta fram til et speil, og når Harket går bort til dette får vi se ham som en levende person. Tilbake i kaféen kommer nå servitøren bort til bordet der jenta satt og ser at hun er borte. Servitøren blir sint og kaster tegneseriebladet i søpla. Nå kommer Harkets konkurrenter i racet tilbake for å hevne seg på ham. Harket og jenta springer bort fra dem, og Harket klarer å lage et vindu i sin tegneserieverden slik at jenta får rømt tilbake til virkeligheten. Hun kommer tilbake til den virkelige verden, i kaféen, fra tegneseriebladet, og er full av trykksverte. Hun springer ut av kaféen og tar med seg tegneseriebladet hjem. Hjemme tar hun fram tegneseriebladet for å prøve å rette ut brettene som er kommet i bladet. Et av bildene i bladet viser Harket som ligger bevisstløs på gulvet. Jenta begynner å gråte. Etter dette våkner Harket til live igjen, denne gangen i gangen utenfor rommet hvor jenta sitter. Harket er nå en blanding av levende og animert menneske, han slår seg selv mot veggene i gangen for å bli til et vanlig menneske, noe han blir til sist. Harket og jenta omfavner så hverandre. Her slutter videoen til "Take On Me".

Starten på videoen til "The Sun Always Shines On Tv" tar opp tråden fra "Take On Me", og starter med at Harket og jenta står foran et tre ute i en skog. Harket er på vei til å bli til en animertfigur igjen, og springer vekk fra jenta. Og allerede før første ord er sunget av "The Sun Always Shines On Tv", går teksten The End over skjermen.

Bilde 4:



Fra introen, motorsykkelløpet som Harket deltar i. Legg merke til hvordan tegningen er med på å skape en følelse av fart. Her er det ”skurkenes” motorsykkkel vi ser, nr. 13.

Bilde 5:



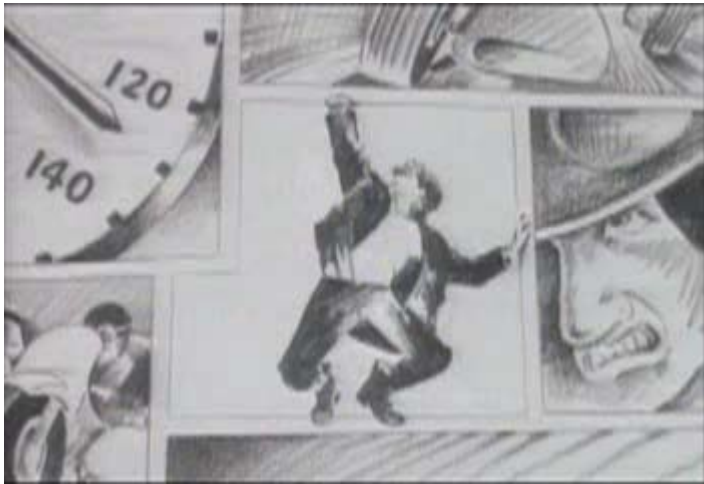
Et klipp fra første vers. Vi ser her hånden til Morten Harket som kommer ut av et tegneserieblad, og strekker seg etter hånden til Bunty Baily, jenta i videoen.

Bilde 6:



Bunty ser Harket for første gang slik han virkelig er, vers 2.

Bilde 7:



Outro. Harket forsøker å slå seg ut av tegneseriens rammer.

Bilde 8:



Outro. Harket i en blanding av tegneserie og vanlig menneske.

## Forhold tekst, bilde og musikk

En musikkvideo har tre hovedbestanddeler; tekst, musikk og bilde. Teksten kommer ofte i bakgrunnen av disse tre, selv om den ofte har vært en viktig motivasjon for handlingen i videoen. Det kan føles som om teksten ”drukner mellom bilde og musikk” (Strøm 1989:88). Alf Bjørneberg mener at musikkvideoer, i motsetning til tradisjonell filmmusikk, har en rolle som:

musikaliska form- och struktureringsprinsipper, och det visuella förloppet har snarast rollen av en översättning eller tolkning av vad musiken ”handlar om” (Björneberg 1990:65)

Bilder kan fortelle hva musikken handler om fordi musikalsk mening oppstår gjennom de konnotasjoner og assosiasjoner som en lytter får av å høre på musikken (Björneberg 1990:66). I sin bok *AudioVision* ser Michel Chion på hvordan lyd kan gi ”added value” til bilder på film (Chion 1994:5). Boken tar i hovedsak for seg spillerfilmer og da hvordan lyd, i form av tekst, det vil si ord, tale, sang eller musikk gir ”added value” (Chion 1994:5-8). Chion forklarer ”added value” slik:

By *added value* I mean the expressive and informative value with which a sound enriches a given image so as to create the definite impression, in the immediate or remembered experience one has of it, that this information or expression ”naturally” comes from what is seen, and is already contained in the image itself (Chion 1994:5).

Jeg mener at det er fullt mulig å bruke Chions uttrykk også på musikkvideoer. Hvis vi går tilbake til den repetitive trommerytmen som går igjennom store deler av ”Take On Me”, er den allerede i sangens intro med på å gi scenene et preg av fart. De musikalske elementene kan slik sett sies å forsterke bilde og handling, og musikken gir derfor bildene ”added value”.

Hvis man sammenligner musikk med andre typer av kommunikasjon, hevder Björneberg, at musikk er generelt påfallende mer repetitivt strukturert (Björneberg 1990:70). Og det er vel nettopp her noe av kjernen til populærmusikkens popularitet ligger. De repetitive elementene i en sang gjør at man som lytter kjenner igjen en sang etter å ha hørt den tidligere, og helst bare ved å ha hørt den en gang. Slike gjentakende element er et av de bærende elementene i pop- og rocksanger og gjenspeiles i måten slike sanger er bygd opp. Vers–refreng-formelen gjør at man som lytter møter flere like strukturer etter å ha hørt en sang en gang. Rytme, melodi, harmonikk og sound er noen av de parameterne man som lytter kjenner igjen i løpet av en sang, enten som en enhetlig stemning som går gjennom hele sangen, som sound, eller som et gjentakende element som blir gjentatt med faste mellomrom. Et eksempel er melodien og harmonien i første og andre refrang av en pop- eller rocksang. Slike repetitive mønster finner man mange av i ”Take On Me”. Gode eksempler er trommerytmen som går igjennom nesten hele sangen, og det at refrangene har lik melodi.

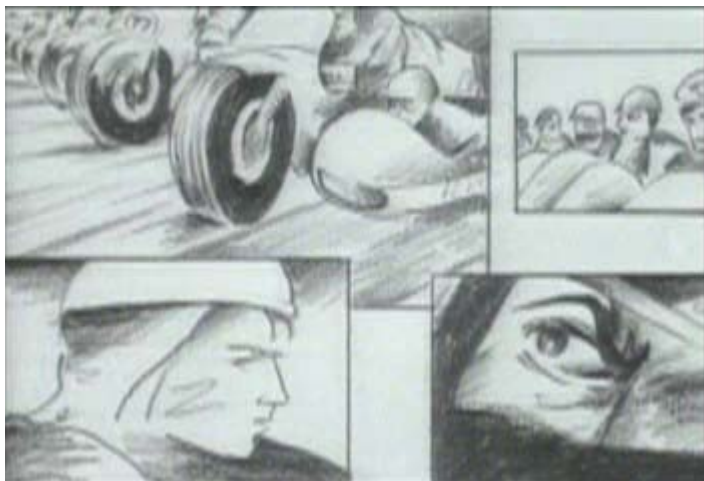
I musikkvideoer er det vanlig at klipprytmen er synkronisert med musikkens tempo. Dette er også tilfellet i ”Take On Me”, og særlig i introen stemmer dette. Noen tegninger får være lenger i fokus enn andre, men skiftet mellom tegninger går på slaget, altså på 1, 2, 3 eller 4. Dette er med på å underbygge sangens rytmiske fundament, og gir ekstra tyngde til rytmen.

Den russiske filmskaperen Sergei Eisenstein er kjent for sin montageteknikk som blant annet blir flittig brukt i hans klassiske film ”The Battleship Potemkin” fra 1925. I boken *The Film Sense* (1975) beskriver han montage på denne måten:

Piece *A*, derived from the elements of the theme being developed, and piece *B*, derived from the same source, in juxtaposition give birth to the image in which the thematic matter is most clearly embodied (Eisenstein 1975:69).

Når to ulike bilder blir satt sammen, danner de et ”tertium quid”, og sett i sammenheng er summen av de to bildene større enn enkeltsummen av hvert bilde. I videoen til ”Take On Me” finner vi to typer montage. I to av de første bildene ser vi klipp av et ansikt, så en hjelm og deretter klipp av et speedometer og at det helles bensin på det vi må anta er et kjøretøy. Enkelt bildene har her ikke sagt at vi skal bli vitner til at noen skal kjøre motorsykel, men setter vi bildene i rekkefølge gir enkelt bildene større mening. Tegnerserieblader setter ulike bilder i rekkefølge. Under introen til ”Take On Me” ser vi en side fra tegnerseriebladet som Bunty sitter og leser. Selv om bildet av tegneseriebladsiden her er et bilde i musikkvideoen, oppstår det her en montageeffekt av det ene bilde. Sett i sammenheng tillegger seeren bildene mer mening enn de har hver for seg. Gjennom sammenhengen mellom bildet av motorsyklene, øverst i venstre hjørne, bildet av Morten Harket, nederst i venstre hjørne, og bildet av en annen person i høyre hjørne, får bildene en felles referanseramme. Blikket til mannen nederst i høyre hjørne ville vi som beskuer av dette bildet ikke tillagt så stor betydning, hvis det ikke hadde vært rettet mot Harket. Når man setter disse to bildene i sammenheng med bildet av motorsyklene øverst i venstre hjørnet, forstår vi at de to skal delta i et motorsykelrace.

Bilde 9:



I klassiske Hollywoodfilmer er protagonisten handlingens forenende karakter. Rundt denne, eller flere protagonister, blir det konstruert en lineær handling som forsterker dette. En lineær handling er bygd opp rundt fire knutepunkter ifølge Steve Cohan.<sup>115</sup> Disse fire punktene er et uforstyrret stadium, forstyrrelsen, kampen og elimineringen av forstyrrelsen (Cohan 2000:54). Videoen til "Take On Me" følger oppskriften for en lineær handling punkt for punkt. Det uforstyrrede stadiet er når jenta sitter og leser i tegneserien på kaféen. Forstyrrelsen oppstår to ganger, først når jenta blir dratt inn i det animerte universet av Harket, og deretter når de to andre animerte racerbilsjåførene kommer. Kampen i denne handlingen er når Harket og jenta rømmer fra "skurkene", og jenta klarer å rømme. Den såkalte happy ending, eller elimineringen av forstyrrelsen, skjer når Harket kommer til jentas hus, og blir til et levende menneske. Slutten av "Take On Me" -videoen er inspirert av 1980-talls-filmen *Altered States*. Hvis man derimot ser videoen til "Take On Me" i sammenheng med videoen til "The Sun Always Shines On Tv", har ikke videoen en happy ending. I starten av "The Sun Always Shines On Tv" ser vi nemlig Harket og jenta i skogen, Harket blir en tegneseriefigur igjen og forsvinner fra jenta. En tekststrofe i "Take On Me" peker faktisk på det som skal komme: "I'll be gone in a day or two".<sup>116</sup>

## De ulike versjonene – sammendrag

Musikkvideoene til "Take On Me" illustrerer hvor viktig det er for en sang å få god markedsføring. Hva var det så som ble gjort forskjellig i de to utgavene av "Take On Me" som ble utgitt? Det er små musikalske forskjeller, blant annet i valg av synthlyder, og forskjeller i broen i de to utgavene som ble laget av sangen, men disse forskjellene er ikke store. Den største forskjellen på de to utgavene av "Take On Me" er å finne i musikkvideoen. Den første videoen hadde et mye lavere budsjett enn andre utgaven, og dette spiller selvsagt inn på hvordan det ferdige resultatet blir seende ut. Det er slik jeg ser det tre store forskjeller i handlingen som utspiller seg i de ulike videoene:

- Handling. Den første utgaven av videoen har tilnærmet ingen handling. I den andre utgaven er det en handling, og musikkvideoen blir her mer som en kortfilm som forteller en historie fra a til b.

---

<sup>115</sup> Steven Cohan er Professor i Engelsk ved universitetet i Syracuse (Cohan 2000:54).

<sup>116</sup> Se vedlegg 1 for hele teksten til "Take On Me".

- Spesialeffekter. Den første utgaven av videoen tar ikke i noen stor grad bruk av spesialeffekter. Som en motsetning til dette, var den andre videoutgaven av "Take On Me" gjennomsyret av spesialeffekter.
- Fokus på bandet. Medlemmene av a-ha har ulikt fokus i de ulike utgavene av videoen. I den første utgaven av videoen er fokuset på bandet, og de blir filmet gjennom store deler av musikkvideoen. I andre utgaven av videoen er det brukt en "less is more" fremgangsmåte på dette. Tanken er at mindre fokus øker nysgjerrigheten til publikum.

Disse tre forskjellene var utslagsgivende for suksessen til den andre videoversjonen av "Take On Me". Handlingen i den andre versjonen er ikke kompleks, men den fremstiller Morten Harket i et godt lys, han redder jenta. I tillegg ser Morten Harket godt ut i videoen, noe som i sin tid førte til at det hang plakater av ham, og resten av a-ha, på veggen hos mange unge piker. Videre i videoen finner også Harket og jenta tonen, og på slutten av videoen omfavner de hverandre. a-ha, og da særlig Morten Harket, skaper seg en identitet ved hjelp av handlingen i videoen. Hvis man ser på den første utgaven av videoen til "Take On Me" foregår det ingen identitetsskaping. Bandet fremstår her som et "hvilket som helst" band, og det blir på denne måten vanskeligere for publikum å identifisere seg med bandet.

Blanding av realfilm og animasjon var i 1985 ikke dagligdags kost. Dette gjorde at når man først begynte å se på videoen, vakte den interesse. Den var noe nytt, og dette gjorde at mange fikk lyst til å se på hele videoen. Den første videoen til "Take On Me" hadde ikke den samme nyhetens interesse, og brukte mer velkjente elementer. Det er bilder av bandet som står og spiller på sine instrumenter. Morten Harket fungerer som en av protagonistene i den andre videoversjonen til "Take On Me", men selv om han er det, ser vi ikke så mye av hvordan han egentlig ser ut i videoen. Det er mange animerte sekvenser med Harket, men få bilder av hvordan han ser ut i levende live. Dette gjør at det blir skapt et ønske om å se ham mer. Publikum er ikke blitt mett på inntrykk av hvordan han ser ut. I motsetning er den første versjonen av videoen til "Take On Me" full av bilder av Harket, det er ikke mye som blir overlatt til fantasien. Måten animasjonen er gjort på i den andre versjonen til "Take On Me" spilte også en viktig rolle. Ved hjelp av rotoskop-teknikken som ble brukt, ble tegningene av for eksempel Morten Harket veldig naturtro.

Nå er det selvfølgelig viktig å ikke glemme at musikken også var en viktig del av suksessen som "Take On Me" oppnådde, men det var ikke den alene som gjorde sangen til en hit. Ved utgivelsen av den andre musikkvideoen bygde plateselskapet opp til utgivelsen av

singelen for salg. I rundt fire uker før den var å få kjøpt ble sangen spilt på tv og radiostasjoner. Dette gjorde at det bygde seg opp en etterspørsel for sangen før den var å få kjøpt. Warner Brothers skapte et behov hos det platekjøpende publikum. Dette hadde ikke blitt gjort på tilsvarende måte ved den første utgivelsen. Man kan derfor si at det var en dyktig markedsføringsstrategi som brakte denne sangen til toppen av hitlister verden over. Musikkvideoens rolle i markedsføringen var derfor av en svært avgjørende betydning. Med få musikalske endringer og en ny visuell innpakning ble sangen en suksess. a-ha's suksess ble på denne måten et resultat av musikkforholdene som rådet på midten av 1980-tallet, og de tok i bruk den tidens viktigste markedsføringsmåte, musikkvideoen, til fulle.

Musikkvideo er i dag fortsatt et viktig markedsføringsmiddel. Det som er nytt siden slutten av 1990-tallet og fremover, er internetts rolle i formidling av ny musikk. Internett har gjort det mulig å se musikkvideoer og å høre på ny musikk når det passer for den enkelte, ikke når den blir sendt på tv eller radio. Denne nye mediehverdagen gjør at måten både nye og etablerte artister markedsfører sin musikk på, har forandret seg betraktelig. Det er nå mulig å sitte i Norge å lage musikk som kan bli lastet ned hvor som helst i verden, bare det er tilgang til internett. Dette skaper nye muligheter, men også nye utfordringer for artister og band. Mulighetene blir skapt ved at det nå er stor tilgang på musikk som blir laget, men utfordringen er fortsatt å få mennesker til å høre på den. Det er verdt å merke seg at det fortsatt er viktig for artister å få sin musikk inn på radio og sine musikkvideoer inn på tv. For å få mennesker til å like en bestemt sang, er det viktig at den enkelte får mulighet til å høre denne sangen, og på denne måten like den. Det var dette som var en av de utslagsgivende faktorene for a-ha, og dette vil være den utslagsgivende faktoren for mange artister og band som kommer til å slå igjennom i årene som kommer.



## Kapittel 6: Avslutning

1980-tallet var et tiår da musikkindustrien var under stor forandring. Fremveksten av MTV, CDen, Sonys Walkmann og en mer allmenn tilgang til synther, synthtrommer og lignende musikkinstrumenter satt sitt preg på dette tiåret. Disse markedsforandringene åpnet for nye måter for artister og band å oppnå suksess på. Den norsk populærmusikken stod også ved et veiskille på 1980-tallet. For Norge var dette tiåret da et band fra Norge for første gang toppet hitlister over store deler av verden. 1980-tallet er også tiåret da Norge vinner Eurovision Song Contest for første gang. Bobbysocks ble historiske i 1985 da de vant Eurovision Song Contest. Det samme året toppet a-ha hitlister i såvel USA som England. Deres gjennombrudd kan sees i sammenheng med forholdene i musikkbransjen på 1980-tallet. Gjennombruddet til a-ha kom med sangen "Take On Me". Den andre versjonen av videoen til denne sangen vakte stor oppsikt. Dette skyldes særlig at den blandet realfilm og animasjon.

a-ha var ikke de første norske artistene som prøvde å skape en karriere utenfor landets grenser. Mange hadde forsøkt før dem. Som vi har sett gjalt dette for artister og band som blant annet Titianic, Wenche Myhre, Ruphus og Aunt Mary. Disse har alle opplevd suksess utenfor Norge og Wenche Myhre står her i en særstilling, med stor suksess i Tyskland. Også i ettertid av a-ha's suksess har det kommet mange norske band som har markert seg internasjonalt. I denne listen finner man band og artister som TNT, Stage Dolls, Maria Mena, Dimmu Borgir og Røyksopp. I kapittel tre drøftet jeg hvorvidt a-ha's internasjonale gjennombrudd har påvirket den norske musikkbransjen slik at a-ha's suksess har åpnet dørene for andre artister og band. Denne effekten ligger antakelig mest på et mentalt plan. a-ha demonstrerte for norske musikere at det var mulig å få til et internasjonalt gjennombrudd i stor skala. Dette har gjort sitt til at flere artister har våget å satse på en karriere også utenfor Norge. Den norske platebransjen på sin side høstet antakelig ikke så mye verdifull erfaring med a-ha's suksess, som vi kanskje skulle tro. Bandet hadde et internasjonalt plateselskap i ryggen, og markedsføring og utforming av bandimage og musikk foregikk i et internasjonalt nettverk. Musikken til a-ha ble derfor ikke en eksportartikkel fra Norge. Hvor norsk er da egentlig a-ha's suksess? I denne oppgaven har jeg definert et band som norsk når flertallet av medlemmer er fra Norge. a-ha faller da inn i denne kategorien da alle medlemmene av bandet er fra Norge.

Er det så noen klare grunner til at norske band og artister enten har fått det til, nesten fått det til eller ikke fått det til i det hele tatt? Fra midten av 1990-tallet har staten støttet opp

denne delen av kulturlivet med offentlige midler. Dette gjør det letter å drive profesjonelt med musikken for noen og det finnes i dag også institusjoner som jobber målrettet med å eksportere norsk populærmusikk til utlandet. På rockens grunnplan ser vi også at offentlige midler brukes på rockeverksteder, instruksjon og øvingsrom. Det fører til at flere ung kan begynne å spille, noe som igjen gjør at flere talenter har mulighet til å blomstre. Nå er det ikke staten som ”breaker” artister i utlandet, men de er en viktig premissleverandør for å gjøre det mulig.

Veien til en platekontrakt er lang, og det kreves mye hardt arbeid for å få det. Det er imidlertid slik at berømmelse ikke nødvendigvis følger med en platekontrakt. Hva slags selskap man er signert på og hva slags distribusjonsnettverk man har, spiller en viktig rolle. Det økonomiske aspektet av dette spiller også en stor rolle. Hvor mye penger er plateselskapet villig til å legge ned i et band? Hvis man tar a-ha som et eksempel hadde de aldri blitt en suksess hvis det ikke hadde vært mye penger i omløp for å gi deres karriere en god start.

a-ha innehar en særstilling i norsk populærmusikkhistorie. Ingen andre band eller artister er i nærheten av å ha hatt like stor suksess som dem utenfor landets grenser. Suksessen til a-ha kom som et resultat av flere ulike faktorer. De hadde jobbet lenge og hardt med å få til sin musikk, de hadde støtte av et stort plateselskap i ryggen og de fikk god hjelp av musikkvideoen til deres første singel. Vi må heller ikke glemme det som kanskje til syvende og sist er avgjørende, nemlig bandets meget gode låtmateriale.

På den måten var det mange komponenter som tilsammen skapte a-ha`s gjennombrudd. Grunnen til at de i dag står i en særstilling er at de har klart å beholde posisjonen som et band av internasjonalt format i over to tiår. Det er det ingen andre norske band som har gjort før dem.

## Litteraturliste

### Bøker

- Beck, Jerry (General Editor), *Animation Art, From Pencil to Pixel. The History of Cartoon, Anime & CGI*, Flame Tree Publishing, London 2004.
- Bench, Jeff og O'Brian Daniel, *Pink Floyd's The Wall, In the Studio, On Stage and on Screen*, Reynolds & Hearn Ltd, London, 2004.
- Berkaak, Odd Are og Ruud, Even: *Sunwheels. Fortellingen om et rockeband*, Universitetsforlaget, Oslo, 1994.
- Breen, Marta: *Piker, vin og sang. 50 år med jenter I norsk rock og pop*, Sprtaacus, Oslo, 2006.
- Brown, Royal S.: *Overtones and Undertones. Reading Film Music*, University of California Press, Berkeley, Los Angeles og London, 1994.
- Chion, Michel: *Audio-Vision, Sound On Screen*, Colombis university Press, New York, 1994.
- Christi, Ian: *Sound of the Beast. The complete Headbanging History of Heavy Metal*, HarperCollins Publishers, New York, 2004.
- Eggum, Jan: *Norsk Pop og Rock Leksikon, Populærmusikk i Hundre år*, Vega Forlag, Oslo 2005.
- Ehn, Billy, Frykman, Jonas og Löfgren, Orvar: *Försvenskningen av Sverige : det nationellas förvandlingar*, Natur och Kultur, Stockholm, 1993
- Eisenstein, Sergei: *The Film Sense*, Harcourt Brace & Company, San Diego, New York og London, 1975.
- French, Karl: *ABBA Unplugged, Portrait*, London, 2004.
- Furre, Berge: *Norsk Historie 1914-2000*, Det Norske Samlaget, Oslo 2000.
- Førland, Tor Egil: *Club 7*, Pax Forlag A/S, Oslo, 1998.
- Gronow, Pekka og Saunio, Ilpo: *An International History of the Recording Industry*. Cassell, London og New York, 1998.
- Haugen, Thor-Rune: *Riller over Fjord og Fjell, Norsk rock på plate 1955 – 1977 – en diskografi*, Rockearkivet, Fredrikstad, 2006.
- Hawkins, Stan: *Setteling the Pop Score*, Ashgate, Hants, England, 2002.
- Hesmondhalgh, David; *The Cultural Industries*, Sage Publications, London, Thousand Oaks og New Dehli, 2002.

- Hull, Geoffery P.: *The Recording Industry*, Second Edition. Routledge, New York og London, 2004.
- Johnsen, Geir: *Norge I Melodi Grand Prix*, Forlaget Atheneum A.S., ukjent, 1986.
- Karlin, Fred and Wright, Rayburn: *On The Track – a guide to contemporary film scoring*, Routledge, London, New York, 2004.
- Lillestam, Lars: *Svensk Rock. Musik, lyric, historik*. Bo Ejeby Förlag, Göteborg, 1998.
- Marcussen, Tor: “We want the world and we want it now” - *Boka om a-ha*, Schibsted, Oslo, 1985.
- Middleton, Richard: *Studying Popular Music*, Open University Press, Milton Keynes, Philadelphia, 1990.
- Neumann, iver B.: *Norge – en kritikk, Begrepsmakt I Europa-debatten*, Pax Forlag A/S, Oslo, 2001.
- Nøkleby, Annelise Furuholmen, Boken om a-ha, Veien til topps – Magnes mor forteller, Filetab Support Services, Oslo, 1985.
- Olsen, Per Kristian: *Pussycats og norsk rock på 60-tallet*, J. W. Cappelens Forlag a/s, Spydeberg, 1998.
- Omdahl, Jan: *The Swing Of Things*, Forlaget Press, Oslo, 2004.
- Otterstad, Harald: *Sarpe-pop 1960-1970, Sarpsborg pophistorie fra 1960 til 1970*, Team Otter-sen, Sarpsborg/Haldesn, 2003.
- Prendergast, Roy M.: *Film Music –A neglected art, A Critical Study of Music in Films – Second Edition*, W. W. Norton & Company, New York and London, 1992.
- Reiness, Marthe: *Grandiosaland*, Artemis, Oslo, 2005.
- Shuker, Roy: *Popular Music, The Key Concepts*, Routledge, London and New York 1998.
- Shuker, Roy: *Understanding Popular Music*, Routledge, London and New York, 1994.
- Strøm, Gunar: *Musikkvideo*, Det Norske Samlaget, Oslo 1989.
- Walser, Robert: *Running With The Devil, Power, Gender and Madness in Heavy Metal Music*, Wesleyan University Press, New England, Hanover, 1993.
- Warner, Timothy: *Pop Music – Technology and Creativity*, Ashgate Publishing Limited, Aldershot, 2003.
- Whitehead, Mark: *Animation*, Pocket Essential, Herts, 2004.

Willy B.: *i dovregubbens hall vol. 1. En samling essays om norsk rock og rock i Norge*, Aschaug, Oslo, 1999.

Willy B.: *Norge i rock, beat & blues, del 1 1955-1971*, Erik Sandberg as, Drammen, 1983.

Willy B.: *Norge i rock, beat & blues, del 2 1971-1983*, Erik Sandberg as, Drammen, 1984.

## Artikler

Branstad, Are: "Kulturpolitikk og populærmusikk" i Populærmusikken i kulturpolitikken, Gripsrud, Jostein (red.) Norsk Kulturråd – Rapportserien (nr. 30), Oslo, 2002.

Burgess, Peter J.: "Identitet og mangfold. Det norske, det skandinaviske og det europeiske" fra Den Europeiske identiteten og den skandinaviske, Angell, Svein Ivar, Burgess Peter J., og Stråth, Bo, Høgskolen i Volda, Volda, 2001.

Björneberg, Alf: "Sign of the times? Om musikvideo och populärmusikens semiotikk" i Svensk tidskrift för musikkforskning, Göteborg, 1990.

Björneberg, Alf: "Structural relationships of music and images in music video", Skriftserie fra Institutt for musikk og teater, Universitetet i Oslo, 1993.

Cohan, Steven: "The narrative of Singin' in the Rain", i Reinvented Film Studies, Gledhill, Christine, Williams, Linda, Arnold, 2000.

Forsman, Michael: "Musikkvideo – økonomi, estetikk, publik. Historik och litteraturoversikt", Musikvetenskaplig avdelingen, Musikhögskolan vid Göteborgs universitet, Göteborg, 1993.

Gripsrud, Jostein: "Populærmusikk mellom kunst og marked" i Populærmusikken i kulturpolitikken, Gripsrud, Jostein (red.) Norsk Kulturråd – Rapportserien (nr. 30), Oslo, 2002.

Larsen, Holger: "I sökandet efter en svensk musikalisk" i Svenskhets i Musiken, Larsen, Holger (red.), Skrifter från Musikvetenskapliga institutionen nr. 7, Stockholms universitet, Stockholm, 1993.

Sørensen, Øystein: "Hegemonikamp om det norske – Elitenes nasjonsbyggningsprosjekter 1770 – 1945" i Jakten på det norske, Perspektiver på utviklingen av en norsk nasjonal identitet på 1800-tallet, Sørensen, Øystein (red.), Gyldendal Akademisk, Oslo, 2001.

## Doktorgrader og andre upubliserte kilder

Danielsen, Anne: *Presence and Pleasure – a study in the funk grooves of James Brown and Parliament*, Unipub, Oslo, 2001

Skårberg, Odd Sjønn: *Da Elvis kom til Norge. Stilbevegelser, verdier og historiekonstruksjon I rocken fra 1955 til 1960*. Unipub, Oslo, 2003

## Muntlige kilder

Johansen, Mats: Forelesning i Musikk og Identitet, Institutt for Musikkvitenskap, Universitetet i Oslo, høsten 2005.

## Nettkilder

a-ha.com

Biography

<http://forum.a-ha.com-a.ha.com:biography> [Lesedato 27.05.2006]

Discography: albums

<http://forum.a-ha.com-a.ha.com:discography/albums> [Lesedato 28.05.2006]

Discography: music videos

<http://forum.a-ha.com-a.ha.com:discography/videos> [Lesedato 28.05.2006]

Discography: singles

<http://forum.a-ha.com-a.ha.com:discography/singles> [Lesedato 27.05.2006]

## Ballade

Lindvig, Kyrre Tromm: "World Idol og norsk patriotisme" 06.01.2004

<http://www.ballade.no/nmi.nsf/home/ballade?opendocument&url=http://www.ballade.no/nmi.nsf/doc/art2004010609252780391851> [Lesedato 16.10.2006]

Skanche-Knutsen, Arvid: "Truls Mørk vant Grammy-pris" 28.02.2002

<http://www.ballade.no/nmi.nsf/home/ballade?opendocument&url=http://www.ballade.no/nmi.nsf/doc/art2002022810322617635614> [Lesedato 13.10.2006]

Steen, Knut: "Håkon Moslet-uttalelser blir sak i Kringkastingsrådet" 02.12.2004

<http://www.ballade.no/nmi.nsf/home/ballade?opendocument&url=http://www.ballade.no/nmi.nsf/doc/art2004120212342382881666> [Lesedato 08.04.2006]

## Dagbladet

Bratholm, Eva og Badi, Diana: "I love Maria Mena" Dagbladet 21.07.2004  
<http://www.dagbladet.no/kultur/2004/07/21/403529.html> [Lesedato 08.04.2006]

Lien, Tor Martin: "Bønnemøte mot Manson" 01.07.1999  
<http://www.dagbladet.no/kultur/1999/07/01/169766.html> [Lesedato 11.05.2006]

Moslet Håkon, "M2M-flopp" Dagbladet 17.04.2002  
<http://www.dagbladet.no/kultur/2002/04/17/325342.html> [Lesedato 08.04.2006]

## VG

Bjørn, Camilla: "a-ha i toppform" VG 25.01.06  
<http://www.vg.no/pub/vgart.hbs?artid=143603> [Lesedato 10.10.2006]

Hansen, Espen A.: "a-ha: «Analogue»" VG 05.11.05  
<http://www.vg.no/pub/vgart.hbs?artid=295745> [Lesedato 10.10.2006]

Topp 20 Single uke 47, 1984  
[http://lista.vg.no/show\\_list.php?ListsOp=showWeek&week=47&year=1984&listID=1](http://lista.vg.no/show_list.php?ListsOp=showWeek&week=47&year=1984&listID=1)  
[Lesedato 15.05.2006]

Topp 20 Single uke 43, 1985  
[http://lista.vg.no/show\\_list.php?ListsOp=showWeek&week=43&year=1985&listID=1](http://lista.vg.no/show_list.php?ListsOp=showWeek&week=43&year=1985&listID=1)  
[Lesedato 15.05.2006]

VG lista: a-ha – Analouge  
[http://lista.vg.no/album\\_info.php?AlbumOp=show&albumId=8924&albumtype=album&albumtype\\_id=1](http://lista.vg.no/album_info.php?AlbumOp=show&albumId=8924&albumtype=album&albumtype_id=1) [Lesedato 10.10.2006]

VG lista – Seigmen – Hjerne er Alene  
[http://lista.vg.no/album\\_info.php?AlbumOp=show&albumId=1629&albumtype=song&albumtype\\_id=1](http://lista.vg.no/album_info.php?AlbumOp=show&albumId=1629&albumtype=song&albumtype_id=1) [Lesedato 11.02.2006]

VG lista – Seigmen – Metropolis, Album  
[http://lista.vg.no/album\\_info.php?AlbumOp=show&albumId=4327&albumtype=album&albumtype\\_id=1](http://lista.vg.no/album_info.php?AlbumOp=show&albumId=4327&albumtype=album&albumtype_id=1) [Lesedato 11.02.2006]

VG lista - Ravi & DJ Løv med The Monroes – Tsjeriåu  
[http://lista.vg.no/artist\\_info.php?ArtistOp=show&artistId=4462](http://lista.vg.no/artist_info.php?ArtistOp=show&artistId=4462) [Lesedato 18.04.2006]

## Wikipedia

ABBA

<http://en.wikipedia.org/wiki/ABBA> [Lesedato 01.08.06]

Compact Cassette

[http://en.wikipedia.org/wiki/Compact\\_audio\\_cassette](http://en.wikipedia.org/wiki/Compact_audio_cassette) [Lesedato 17.10.2006]

Compact Disc

[http://en.wikipedia.org/wiki/Compact\\_Disc](http://en.wikipedia.org/wiki/Compact_Disc) [Lesedato 18.10.2006]

Mark Ellis (record producer)

[http://en.wikipedia.org/wiki/Flood\\_%28record\\_producer%29](http://en.wikipedia.org/wiki/Flood_%28record_producer%29) [Lesedato 10.10.2006]

Max Martin

[http://sv.wikipedia.org/wiki/Max\\_Martin](http://sv.wikipedia.org/wiki/Max_Martin) [Lesedato 31.07.06]

Merrie Melodies

[http://en.wikipedia.org/wiki/Merrie\\_Melodies](http://en.wikipedia.org/wiki/Merrie_Melodies) [Lesedato 14.03.2006]

MTV

<http://en.wikipedia.org/wiki/MTV> [Lesedato 05.10.2006]

Rotoscope

<http://en.wikipedia.org/wiki/Rotoscope> [Lesedato 28.05.2006]

Tony Mansfield

[http://en.wikipedia.org/wiki/Tony\\_Mansfield](http://en.wikipedia.org/wiki/Tony_Mansfield) [Lesedato 11.02.2006]

## Grove Music Online

Björnberg, Alf: "ABBA"

[http://www.grovemusic.com/shared/views/article.html?from=search&session\\_search\\_id=373667053&hitnum=1&section=music.45836](http://www.grovemusic.com/shared/views/article.html?from=search&session_search_id=373667053&hitnum=1&section=music.45836) [Lesedato 17.10.2006]

Björberg, Alf: "Video"

[http://www.grovemusic.com/shared/views/article.html?from=search&session\\_search\\_id=147186098&hitnum=8&section=music.41857](http://www.grovemusic.com/shared/views/article.html?from=search&session_search_id=147186098&hitnum=8&section=music.41857) [Lesedato 12.03.2006]

Ukjent: "Pop, §III: North America. 5. The 1980s".

[http://www.grovemusic.com/shared/views/article.html?from=search&session\\_search\\_id=764339301&hitnum=11&section=music.46845.3.5](http://www.grovemusic.com/shared/views/article.html?from=search&session_search_id=764339301&hitnum=11&section=music.46845.3.5) [Lesedato 18.10.2006]



Diverse, sortert etter forfatter:

Bakke, Asbjørn: "Solen skinner på a-ha" Aftenposten 07.11.2005

<http://oslopuls.no/musikk/article1150614.ece> [Lesedato 18.10.2006]

Dirdal, Inger: "About Music Export Norway"

<http://www.musicexportnorway.no/index.php?cat=32174b> [Lesedato 06.05.2005]

Eilertsen, Jens Harald "3,7 %"

<http://www.nnkulturrad.no/nyheter/arkiv02/Pressestipend.html> [Lesedato 02.05.2006]

Garcia, Alex S. "Steve Barron"

<http://www.mvdbase.com/tech.php?last=Barron&first=Steve> [Lesedato 27.05.2006]

Markstein, Donald D.: "Silly Symphonies"

<http://www.toonopedia.com/sillysym.htm> [Lesedato 14.03.2006]

Morgan, Jeffery: "Alice Cooper – bio"

<http://www.alicecooper.com/bio.html> [Lesedato 11.05.2006]

Netland, Linda: "Norsk Musikkexport 2004, en rapport for Music Export Norway"

<http://www.musicexportnorway.no/getfile.php/289705.817.eduuvycvsy/Rapport+ME+N+2004.pdf> [Lesedato 16.06.2006]

Steenstrup, Erling: "Eidsvoll først i utlandet" NRK 29.09.2004

[http://www.nrk.no/programmer/tv/norsk\\_rocks\\_historie/4130316.html](http://www.nrk.no/programmer/tv/norsk_rocks_historie/4130316.html)  
[Lesedato 07.02.2005]

Steenstrup, Erling: "Fra Scavers til Zappa.." 02.11.2004

[http://www.nrk.no/programmer/tv/norsk\\_rocks\\_historie/4220017.html](http://www.nrk.no/programmer/tv/norsk_rocks_historie/4220017.html)  
[Lesedato 23.02.2005]

Steenstrup, Erling: "Hor mot folkemusikken!" 23.10.2004

[http://www.nrk.no/programmer/tv/norsk\\_rocks\\_historie/4190422.html](http://www.nrk.no/programmer/tv/norsk_rocks_historie/4190422.html)  
[Lesedato 05.05.2006]

Steenstrup, Erling: "Mørk, mystisk og melankolsk" 10.12.2004

[http://www.nrk.no/programmer/tv/norsk\\_rocks\\_historie/4340373.html](http://www.nrk.no/programmer/tv/norsk_rocks_historie/4340373.html)  
[Lesedato 27.02.2005]

Steenstrup, Erling: "Norwegian Black Metal" 05.12.2004

[http://www.nrk.no/programmer/tv/norsk\\_rocks\\_historie/4323884.html](http://www.nrk.no/programmer/tv/norsk_rocks_historie/4323884.html)  
[Lesedato 10.02.2005]

Steenstrup, Erling: "Stumbling Guitars" 25.09.2004

[http://www.nrk.no/programmer/tv/norsk\\_rocks\\_historie/4107712.html](http://www.nrk.no/programmer/tv/norsk_rocks_historie/4107712.html)  
[Lesedato 15.03.2006]

Diverse, ukjent forfatter:

ABBA: Billboard Singles (Hot 100 / Bubbling Under)

<http://www.zip.com.au/~callisto/usa.html> [Lesedato 31.07.06]

A definition of Progressive Rock Music

<http://www.progarchives.com/Progressive-rock.asp#definition> [Lesedato 16.10.2006]

Alphabetical List of All Local Jugends

[http://www.turbojugend.net/pg/local.php?k\\_id=4](http://www.turbojugend.net/pg/local.php?k_id=4) [Lesedato 12.02.2006]

Artikkel - Populær

[http://www.caplex.net/web/artikkel/artdetalj.asp?art\\_id=9328080](http://www.caplex.net/web/artikkel/artdetalj.asp?art_id=9328080)  
[Lesedato 07.05.2005]

Biografi (M2M)

<http://www.warnermusic.no/artister/m2m/> [Lesedato 11.05.2006]

Biografi (Seigmen)

<http://www.sonymusic.no/seigmen/bio.html> [Lesedato 27.02.2005]

Biografi (Tal Bachman)

<http://talbachman.com/bio.html> [Lesedato 15.03.2006]

Biography (Jagajazzist)

<http://www.jagajazzist.com/v2/biography.php> [Lesedato 08.04.2006]

Biography (Roxette)

<http://www.roxette.se/> [Lesedato 01.08.06]

Biography (Lene Marlin)

[http://www.lenemarlin.no/index.php?option=com\\_content&task=view&id=14&Itemid=43](http://www.lenemarlin.no/index.php?option=com_content&task=view&id=14&Itemid=43) [Lesedato 11.05.2006]

Dagens notiser, 23.09.02 - NRK

<http://www.nrk.no/musikk/2156929.html> [Lesedato 11.05.2006]

Historie

<http://www.jahnteigen.no/jahnT.html> [Lesedato 14.03.2005]

Lippo Lippi official website - Short history

<http://www.fralippolippi.com/history.htm> [Lesedato 08.04.2006]

Maria Mena

[http://www.sonymusic.no/mariamena/index\\_.html](http://www.sonymusic.no/mariamena/index_.html) [Lesedato 11.05.2006]

Statistisk Sentral Byrå – ”Utenrikshandel med varer. Desember 2004”

<http://www.ssb.no/muh/mu2004/tab-01.html> [Lesedato 16.06.2006]

Steve Barron

<http://www.imdb.com/name/nm0006625/> [Lesedato 17.10.2006]

The Recording Industry Association Of America – 2005 Consumer Profile

<http://www.riaa.com/news/marketingdata/pdf/2005consumerprofile.pdf>

[Lesedato 22.06.2006]

The 100 Greatest Pop Videos

[http://www.channel4.com/entertainment/tv/microsites/G/greatest/pop\\_videos/results.html](http://www.channel4.com/entertainment/tv/microsites/G/greatest/pop_videos/results.html) [Lesedato 27.05.2006]

VH1: 100 Greatest Videos

<http://www.rockonthenet.com/archive/2001/vh1videos.htm> [Lesedato 27.05.2006]

Vik, Kjetil: “Cinéma direct – Fra en filmworkshop I Tromsø”

<http://www.znett.com/z.php?id=528> [Lesedato 18.05.2006]

Welcome to Maratone

<http://www.maratone.se/> [Lesedato 31.007.06]

## Fonogram og videoer

CD: a-ha; *Hunting High And Low* (1985), Warner Bros., WMS-759 –9253002.

CD: a-ha; *Scoundrel Days* (1986), Warner Bros., WMS-759 –9255012.

CD: a-ha; *Stay On These Roads* (1988), Warner Bros., WMS-759 –9257332.

CD: a-ha; *East Of The Sun West Of The Moon* (1990), Warner Bros., WMS-759 –9263142.

CD: a-ha; *Memorial Beach* (1993), Warner Bros., WMS-936 –2452292.

CD: a-ha; *Minor Earth, Major Sky* (2000), Wm Germany, WMS-857 –3821832.

CD: a-ha; *Lifelines* (2002), Wm Germany, WMS-0927 –448492.

CD: a-ha; *Anlaouge* (2005), Universal, UNI -987469 –9.

DVD: a-ha; *Headlines And Deadlines – The Hits Of a-ha* (1999), Warner Bros., WMS-759-9382822.

DVD: Seigmen; *Fra X til døden (2 Disc Deluxe Edition)* (2006), Seigmen, WMN-5051011-540820

DVD: Turboneger; *ResErection* (2005), Nordisk Film, NF-151043-1.

Video: a-ha; *Take On Me*, Blue Version – Kilde uspesifisert

Video: a-ha; *Take On Me*, Blue Version,

[http://forum.a-ha.com:discography/videos/take\\_on\\_me\\_\(first\\_version\)](http://forum.a-ha.com:discography/videos/take_on_me_(first_version))

## Tv – program

Idol, TV 2, 13.01.06.

Lydverket, NRK 1, 01.10.06.